

Д. БАЛТАБЕКОВА¹, У. КАРАКУЛОВА²✉, Г. БАЙБОСЫНОВА¹, Д. КАДЫРБЕКОВА³

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан)

²Қожа Ахмет Ясауи атындағы халықаралық қазақ-түрік университеті

(Қазақстан, Түркістан), e-mail: ulbolsyn.karakulova@ayu.edu.kz

³Қазақ спорт және туризм академиясы, (Қазақстан, Алматы)

ТУРИЗМДЕГІ МӘДЕНИ МҰРА НЫСАНДАРЫНЫҢ МӘТІНДІК СИПАТТАЛУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Аңдатпа. Мақалада туризм саласында мәдени мұра нысандарын сипаттайтын туристік мәтіндердің құрылымдық және мазмұндық ерекшеліктері қарастырылады. Зерттеудің мақсаты – мәдени мұра объектілерін таныстыратын туристік мәтіндердің негізгі құрылымдық элементтерін анықтау және олардың туристік коммуникациядағы рөлін талдау. Зерттеу барысында ғылыми әдебиеттерді талдау, салыстырмалы талдау, мәтіндік талдау және контент-талдау әдістері қолданылды. Зерттеу материалы ретінде Қазақстанның туристік ақпараттық порталдарында жарияланған мәдени мұра нысандары туралы 30 туристік мәтін іріктеліп алынды. Контент-талдау нәтижесінде туристік мәтіндердің құрылымында бірнеше негізгі элементтердің тұрақты түрде қолданылатыны анықталды. Олардың қатарында тарихи ақпарат, мәдени мазмұн, бағалауыш сипаттағы лексика және туристік тәжірибені сипаттайтын элементтер бар. Зерттеу нәтижелері туристік мәтіндердің тек ақпараттық сипатқа ие емес, сонымен қатар туристік дестинацияның тартымды бейнесін қалыптастыруға бағытталған коммуникациялық құрал екенін көрсетті. Сонымен қатар туристік мәтіндер мәдени мұраны таныстыруда және туристердің белгілі бір аймаққа деген қызығушылығын арттыруда маңызды рөл атқарады. Зерттеу нәтижелері туристік ақпараттық материалдарды әзірлеу кезінде мәдени мұра нысандарын тиімді таныстыруға арналған мәтіндік стратегияларды анықтауға мүмкіндік береді.

Кілт сөздер: туризм, мәдени мұра, мәдени мұра нысандары, туристік мәтіндер, туристік дискурс, контент-талдау, туристік коммуникация, мәдени туризм, дестинация имиджі

Кіріспе

Соңғы онжылдықтарда туризм әлемдік экономиканың ең қарқынды дамып келе жатқан

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Балтабекова Д., Каракулова У., Байбосынова Г., Кадырбекова Д. Туризмдегі мәдени мұра нысандарының мәтіндік сипатталу ерекшеліктері // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2026. – No1(11). –Б. 115–127. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2026-1.08>

*Cite us correctly: Dauirkhan S., Baltabekova D., Karakulova U., Baibosynova U., Kadyrbekova D. Turizmdegi madeni mura nysandarynyn matindik sipattalu erekshelikleri [Textual description features of cultural heritage sites in tourism] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2026. –No1(11). –B. 115–127. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2026-1.08>

салаларының біріне айналып, көптеген елдердің әлеуметтік-экономикалық дамуына елеулі ықпал етуде. Туризм индустриясының дамуы жаңа туристік өнімдерді қалыптастырумен қатар, туристік ресурстарды тиімді пайдалану мәселесін де алдыңғы қатарға шығарып отыр. Осындай маңызды туристік ресурстардың бірі – мәдени мұра нысандары. Олар белгілі бір аймақтың тарихи дамуын, мәдени құндылықтарын және ұлттық ерекшеліктерін көрсететін маңызды фактор ретінде туризмнің тартымдылығын арттыруда ерекше рөл атқарады [1].

Мәдени мұра нысандары туристік дестинациялардың имиджін қалыптастыруда, туристердің қызығушылығын арттыруда және мәдени туризмді дамытуда маңызды құралдардың бірі болып табылады. Көптеген ғылыми зерттеулерде мәдени мұра объектілері белгілі бір халықтың тарихы мен мәдениетін таныстыратын ерекше туристік ресурс ретінде қарастырылады [2]. Мұндай нысандар туристер үшін тек тарихи немесе сәулеттік құндылық қана емес, сонымен қатар белгілі бір мәдени кеңістіктің символикалық бейнесін қалыптастыратын маңызды элемент болып табылады.

Туристер үшін мәдени мұра объектілері туралы алғашқы ақпарат көбінесе түрлі ақпараттық мәтіндер арқылы ұсынылады. Мұндай мәтіндерге туристік веб-сайттардағы сипаттамалар, жарнамалық материалдар, туристік буклеттер, гид кітапшалар және басқа да ақпараттық ресурстар жатады. Сондықтан мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндердің мазмұны мен құрылымы туристердің белгілі бір дестинация туралы алғашқы әсерін қалыптастыруда маңызды рөл атқарады [3]. Туристік мәтіндер арқылы белгілі бір аймақтың тарихи, мәдени және символикалық маңызы туралы түсінік қалыптасып, туристердің саяхат жасау туралы шешім қабылдауына ықпал етеді.

Ғылыми әдебиеттерде туристік мәтіндер ерекше коммуникативтік құбылыс ретінде қарастырылады. Зерттеушілердің пікірінше, туристік мәтіндер тек ақпараттық сипатта ғана емес, сонымен қатар белгілі бір туристік бағыттың тартымдылығын көрсетуге бағытталған жарнамалық және коммуникациялық функцияларды да атқарады [4]. Мұндай мәтіндерде туристік дестинацияның мәдени, тарихи және символикалық маңызын көрсету үшін түрлі тілдік және стилистикалық тәсілдер қолданылады. Туризм саласындағы зерттеулер туристік мәтіндердің туристердің қабылдауына және белгілі бір дестинация туралы түсініктің қалыптасуына әсер ететінін көрсетеді [5].

Сонымен қатар мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндердің ерекшелігі олардың тек ақпараттық сипатта ғана емес, сонымен қатар мәдени интерпретация функциясын атқаруында. Яғни мұндай мәтіндер белгілі бір тарихи нысан туралы мәлімет берумен қатар, оның мәдени маңызын түсіндіруге және сол мәдени кеңістікке деген қызығушылықты арттыруға бағытталады [6]. Осы тұрғыдан алғанда туристік мәтіндер мәдени мұраны таныстырудың және мәдени құндылықтарды интерпретациялаудың маңызды құралы ретінде қарастырылады.

Қазіргі уақытта туристік ақпараттың едәуір бөлігі интернет кеңістігінде таралатындықтан, мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндердің құрылымы мен мазмұнын зерттеу ерекше өзектілікке ие болып отыр. Туристік веб-сайттар мен цифрлық платформалардағы мәтіндер туристік дестинациялардың имиджін қалыптастыруда және туристердің саяхат жасау туралы шешім қабылдауында маңызды рөл атқарады [7]. Сондықтан туристік мәтіндердің құрылымдық және мазмұндық ерекшеліктерін зерттеу туризм коммуникациясының тиімділігін арттыру тұрғысынан ғылыми және практикалық маңызға ие.

Алайда қазіргі ғылыми әдебиеттерде туристік дискурс пен туристік мәтіндердің тілдік

ерекшеліктері кеңінен қарастырылғанымен, мәдени мұра нысандарын сипаттайтын туристік мәтіндердің нақты құрылымдық моделін және мазмұндық элементтерін жүйелі түрде талдауға арналған зерттеулер салыстырмалы түрде аз. Әсіресе Қазақстанның туристік ақпараттық ресурстарында қолданылатын мәдени мұра нысандары туралы мәтіндердің құрылымдық ерекшеліктерін кешенді түрде қарастыратын зерттеулер жеткілікті деңгейде жүргізілмеген.

Осыған байланысты туризмдегі мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндердің құрылымдық және мазмұндық ерекшеліктерін зерттеу ғылыми тұрғыдан маңызды мәселелердің бірі болып табылады. Мұндай зерттеулер туристік коммуникацияның тиімділігін арттыруға, сондай-ақ мәдени мұра объектілерін туристік тұрғыдан таныстырудың тиімді тәсілдерін анықтауға мүмкіндік береді.

Зерттеу нысаны – туристік ақпараттық ресурстарда жарияланған мәдени мұра нысандары туралы мәтіндер.

Зерттеу пәні – мәдени мұра объектілерін сипаттайтын туристік мәтіндердің құрылымдық және мазмұндық ерекшеліктері.

Осы зерттеудің мақсаты – туризм саласында мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндердің негізгі ерекшеліктерін анықтау және олардың туристік коммуникациядағы рөлін теориялық тұрғыдан талдау.

Зерттеу мақсатына сәйкес келесі міндеттер қойылды:

- туризмдегі мәдени мұра нысандары туралы мәтіндердің рөлін анықтау;
- туристік мәтіндердің теориялық негіздерін қарастыру;
- мәдени мұра объектілерін сипаттауда қолданылатын негізгі мәтіндік тәсілдерді талдау;
- туристік мәтіндердің мәдени мұраны таныстырудағы функцияларын айқындау.

Зерттеудің ғылыми жаңалығы Қазақстанның туристік ақпараттық порталдарында жарияланған мәдени мұра нысандары туралы мәтіндердің құрылымдық ерекшеліктерін контент-талдау негізінде жүйелі түрде анықтау және туристік мәтіндердің құрылымдық моделін ұсыну болып табылады.

Зерттеу әдістері

Зерттеу жұмысының мақсаты туризм саласында мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндердің ерекшеліктерін анықтау болғандықтан, зерттеуде бірнеше ғылыми әдістер кешені қолданылды. Бұл әдістер туристік мәтіндердің құрылымын, мазмұнын және олардың туристік коммуникациядағы рөлін кешенді түрде қарастыруға мүмкіндік берді. Зерттеу жұмысы сапалық мәтіндік талдау мен контент-талдау элементтерін біріктіретін кешенді талдау тәсіліне негізделді.

Ең алдымен зерттеу барысында ғылыми әдебиеттерді талдау әдісі қолданылды. Бұл әдіс туризм дискурсы, мәдени мұраны интерпретациялау, туристік коммуникация және туристік мәтіндердің тілдік ерекшеліктеріне арналған ғылыми еңбектерді жүйелі түрде қарастыруға мүмкіндік берді. Әдебиеттерді талдау нәтижесінде туристік мәтіндердің қалыптасу ерекшеліктері, олардың негізгі функциялары және туристік ақпаратты жеткізудегі рөлі анықталды. Сонымен қатар мәдени мұра нысандарын туристік тұрғыдан таныстыру мәселесіне қатысты негізгі ғылыми тұжырымдар жүйеленді.

Зерттеу барысында салыстырмалы талдау әдісі де қолданылды. Бұл әдіс мәдени мұра нысандарын сипаттайтын әртүрлі туристік мәтіндерді салыстыру арқылы олардың мазмұндық және құрылымдық ерекшеліктерін анықтауға мүмкіндік берді. Әсіресе туристік ақпараттық материалдарда қолданылатын сипаттау тәсілдері мен мәтін құру принциптерін салыстыру

арқылы мәдени мұра нысандарын таныстырудың негізгі үлгілері айқындалды.

Сонымен қатар зерттеудің маңызды кезеңдерінің бірі мәтіндік талдау әдісі болды. Бұл әдіс мәдени мұра нысандары туралы мәтіндерде қолданылатын тілдік құралдарды, сипаттау тәсілдерін және стилистикалық ерекшеліктерді анықтауға бағытталды. Мәтіндерді талдау барысында тарихи деректердің берілу ерекшеліктері, мәдени құндылықтарды сипаттау тәсілдері, сондай-ақ туристердің қызығушылығын арттыруға бағытталған бағалауыш лексиканың қолданылуы қарастырылды. Мәтіндік талдау лексикалық, семантикалық және дискурстық деңгейлерде жүргізілді. Мұндай талдау туристік мәтіндердің тек ақпарат берумен шектелмей, белгілі бір дестинацияның тартымды бейнесін қалыптастыруға бағытталғанын көрсетуге мүмкіндік берді.

Зерттеу барысында контент-талдау әдісі де қолданылды. Бұл әдіс туристік ақпараттық ресурстардағы мәдени мұра нысандары туралы мәтіндердің мазмұнын жүйелі түрде талдауға мүмкіндік береді. Зерттеу материалы ретінде Қазақстанның туристік ақпараттық порталдарында жарияланған мәдени мұра нысандары туралы мәтіндер пайдаланылды. Атап айтқанда, Kazakhstan.travel, [Open Turkistan](http://OpenTurkistan.kz) және халықаралық туристерге арналған Welcome.kz туристік платформаларындағы мәтіндер қарастырылды. Сонымен қатар Түркістан облысының туризм басқармасының ресми сайтында жарияланған туристік сипаттамалар да зерттеу материалы ретінде пайдаланылды.

Зерттеу барысында барлығы 30 туристік мәтін іріктеліп алынды. Мәтіндерді іріктеу мақсатты іріктеу (purposive sampling) принципі негізінде жүзеге асырылды. Мәтіндерді таңдау келесі критерийлер бойынша жүргізілді:

- мәтіннің мәдени мұра нысандарына арналуы;
- мәтінде тарихи немесе мәдени сипаттаманың болуы;
- мәтіннің туристік аудиторияға бағытталуы;
- мәтіннің туристік ақпараттық ресурстарда жариялануы.

Контент-талдау барысында мәтіндердің құрылымдық және мазмұндық элементтері анықталды. Атап айтқанда, мәтіндерде тарихи ақпараттың берілуі, мәдени мазмұнның сипатталуы, бағалауыш лексиканың қолданылуы және туристік тәжірибені сипаттайтын элементтердің болуы талданды. Әрбір мәтінде осы элементтердің кездесуі белгіленіп, олардың жиілігі есептелді. Алынған мәліметтер негізінде әрбір элементтің жалпы мәтіндердегі үлесі пайыздық көрсеткіш арқылы анықталды.

Зерттеу нәтижелерін жүйелеу үшін жүйелеу және жалпылау әдістері де қолданылды. Бұл әдістер алынған деректерді бір жүйеге келтіруге және туристік мәтіндердің негізгі ерекшеліктері туралы ғылыми қорытындылар жасауға мүмкіндік берді. Нәтижесінде мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндердің құрылымы, олардың негізгі мазмұндық элементтері және туристік коммуникациядағы рөлі анықталды.

Осылайша қолданылған әдістер кешені туризм саласында мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндердің ерекшеліктерін кешенді түрде зерттеуге және олардың туристік коммуникациядағы маңызын ғылыми тұрғыдан негіздеуге мүмкіндік береді.

Нәтижелер

Жүргізілген зерттеу барысында Қазақстанның туристік ақпараттық порталдарында жарияланған мәдени мұра нысандары туралы мәтіндерге контент-талдау жүргізілді. Талдау туристік мәтіндердің құрылымдық және мазмұндық элементтерін анықтауға бағытталды.

Әсіресе мәтіндерде тарихи ақпараттың берілуі, мәдени мазмұнның сипатталуы, бағалауыш лексиканың қолданылуы және туристік тәжірибені сипаттайтын элементтердің болуы зерттелді. Алынған нәтижелер мәдени мұра нысандарын сипаттайтын туристік мәтіндердің белгілі бір құрылымдық модельге негізделетінін көрсетті.

Бұл бөлімде жүргізілген зерттеудің негізгі нәтижелері ұсынылып, мәдени мұра нысандарын сипаттайтын туристік мәтіндердің құрылымдық, мазмұндық және тілдік ерекшеліктері талданады. Зерттеу барысында Қазақстанның туристік ақпараттық порталдарында жарияланған мәдени мұра нысандары туралы мәтіндер қарастырылды. Зерттеу материалы ретінде Қазақстанның туристік ақпараттық платформаларында орналастырылған 30 туристік мәтін іріктеліп алынды. Мәтіндер контент-талдау және мәтіндік талдау әдістері арқылы зерттеліп, олардың құрылымдық элементтері мен негізгі сипаттау тәсілдері анықталды.

Жүргізілген талдау нәтижелері туристік мәтіндердің белгілі бір құрылымдық модельге негізделіп жазылатынын көрсетті. Мұндай мәтіндерде көбінесе тарихи ақпарат, мәдени мазмұн, бағалауыш сипаттағы лексика және туристік тәжірибені сипаттайтын элементтер қатар қолданылады. Бұл элементтердің үйлесуі туристік мәтіндердің негізгі мазмұндық құрылымын қалыптастырады.

Ғылыми әдебиеттерде туристік мәтіндер ерекше коммуникативтік дискурс ретінде қарастырылып, олардың басты мақсаты туристік дестинацияның тартымды бейнесін қалыптастыру екені көрсетіледі [1]. Сонымен қатар туристік мәтіндер белгілі бір мәдени кеңістіктің символикалық бейнесін қалыптастырып, туристердің белгілі бір аймақ туралы түсінігін қалыптастыруға ықпал етеді [2]. Туризм дискурсын зерттеген еңбектерде туристік мәтіндердің құрылымы көбінесе тарихи және мәдени мазмұнды көрсетуге бағытталғаны атап өтіледі [3].

Жүргізілген талдау нәтижесінде туристік мәтіндердің құрылымында бірнеше негізгі элементтердің тұрақты түрде кездесетіні анықталды. Бұл элементтер мәтіннің мазмұнын қалыптастырып қана қоймай, туристік нысандардың тарихи және мәдени құндылығын көрсетуге мүмкіндік береді.

Кесте - 1 – Туристік мәтіндердің құрылымдық элементтері

№	Құрылымдық элемент	Мазмұндық функция	Туристік коммуникациядағы рөлі
1	Тарихи ақпарат	Нысанның пайда болу тарихын, кезеңдерін сипаттау	нысанның тарихи маңызын көрсету
2	Мәдени мазмұн	дәстүрлер, мәдени ерекшеліктер	мәдени бірегейлікті қалыптастыру
3	Бағалауыш лексика	«ерекше», «бірегей», «тарихи» сияқты сөздер	дестинация тартымдылығын арттыру
4	Туристік тәжірибе	турист әсерін сипаттау	туристің эмоционалды қызығушылығын қалыптастыру

Ескерту – [1–4] дереккөздерін талдау негізінде автор құрастырған.

Жүргізілген контент-талдау барысында зерттелген мәтіндерде аталған құрылымдық

элементтердің қаншалықты жиі қолданылатыны анықталды. Әрбір мәтінде тарихи ақпараттың берілуі, мәдени мазмұнның сипатталуы, бағалауыш лексиканың қолданылуы және туристік тәжірибені сипаттайтын элементтердің болуы тіркелді.

Кесте - 2 – Туристік мәтіндердегі негізгі элементтердің кездесуі

Элемент	Кездесу жиілігі	Үлес (%)
Тарихи ақпарат	26 мәтін	87 %
Мәдени сипаттама	24 мәтін	80 %
Бағалауыш лексика	28 мәтін	93 %
Туристік тәжірибе	21 мәтін	70 %

Ескерту – туристік мәтіндерге жүргізілген контент-талдау нәтижелері негізінде автор құрастырған.

Контент-талдау нәтижелері туристік мәтіндерде құрылымдық элементтердің қолданылу жиілігінің әртүрлі екенін көрсетті. Бұл көрсеткіштерді көрнекі түрде көрсету үшін төмендегі диаграмма ұсынылады.



Сурет - 1 – Туристік мәтіндердегі құрылымдық элементтердің жиілігі

Алынған нәтижелер туристік мәтіндерде ақпараттық және бағалауыш компоненттердің өзара байланыста қолданылатынын көрсетеді. Әсіресе бағалауыш лексиканың жоғары үлесі туристік мәтіндердің тек ақпарат беру мақсатында ғана емес, сонымен қатар туристік дестинацияның жағымды имиджін қалыптастыруға бағытталғанын дәлелдейді.

Контент-талдау нәтижелері туристік мәтіндерде бағалауыш сипаттағы лексиканың ең жиі қолданылатынын көрсетті. Зерттелген мәтіндердің 93%-ында туристік нысандардың ерекше тартымдылығын көрсетуге бағытталған бағалауыш сөздер қолданылған. Бұл туристік мәтіндердің негізгі мақсаты туристік нысандарды қызықты әрі тартымды етіп көрсету екенін тағы да дәлелдейді.

Сонымен қатар мәтіндердің 87%-ында тарихи ақпарат берілгені анықталды. Бұл мәдени мұра нысандары туралы мәтіндерде тарихи мәліметтердің маңызды орын алатынын көрсетеді. Мұндай ақпарат туристерге белгілі бір нысанның тарихи маңызын түсіндіруге және оның мәдени құндылығын көрсетуге мүмкіндік береді.

Мәдени мазмұн элементтері зерттелген мәтіндердің 80%-ында кездеседі. Мұндай

сипаттамаларда ұлттық мәдениет, сәулеттік ерекшеліктер, тарихи дәстүрлер және мәдени құндылықтар туралы мәліметтер беріледі. Бұл тәсіл туристік мәтіндердің мәдени-танымдық функциясын күшейтеді.

Ал туристік тәжірибені сипаттайтын элементтер мәтіндердің 70%-ында анықталды. Мұндай сипаттамаларда туристердің сол жерде алатын әсері, атмосферасы немесе туристік нысанға бару кезінде болатын эмоциялық тәжірибелер туралы мәліметтер беріледі.

Мәтіндік талдау барысында туристік сипаттамаларда бағалауыш лексиканың кеңінен қолданылатыны байқалды. Бағалауыш сипаттағы сөздер көбінесе туристік нысандардың ерекше тарихи немесе мәдени құндылығын көрсету үшін қолданылады.

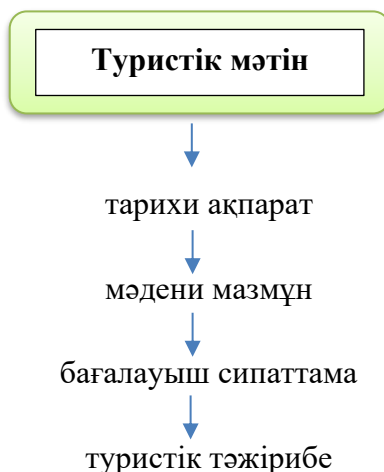
Мысалы, Түркістан қаласындағы Қожа Ахмет Ясауи кесенесіне арналған туристік мәтіндерде келесі сипаттамалар кездеседі:

- «Орта ғасырлық сәулет өнерінің бірегей ескерткіші»
- «Қазақстандағы ең маңызды тарихи нысандардың бірі»
- «Ұлы Жібек жолының маңызды мәдени орталығы»
- «түркі әлемінің рухани орталығы».

Мұндай сипаттамалар туристік мәтіндерде нысанның тарихи және мәдени маңызын көрсетуге бағытталған. Сонымен қатар бағалауыш лексика туристік нысандардың ерекше тартымды бейнесін қалыптастыруға мүмкіндік береді.

Жүргізілген талдау нәтижелері туристік мәтіндердің құрылымы белгілі бір логикалық ретпен қалыптасатынын көрсетті. Әдетте мәтіндерде алдымен тарихи ақпарат беріледі. Кейін нысанның мәдени ерекшеліктері сипатталады. Одан кейін бағалауыш сипаттағы сөздер арқылы нысанның ерекше құндылығы көрсетіледі. Соңында туристік тәжірибені сипаттайтын немесе туристер үшін пайдалы ақпарат ұсынылады.

Осы құрылым туристік мәтіндердің негізгі мазмұндық моделін қалыптастырады. Бұл модель мәдени мұра нысандары туралы ақпаратты жүйелі түрде жеткізуге мүмкіндік береді.



Сурет - 2 – Туристік мәтіндердің құрылымдық моделі
Ескерту – автор құрастырған.

Ұсынылған құрылымдық модель туристік мәтіндердің мазмұндық ұйымдасуын жүйелі түрде түсіндіруге мүмкіндік береді. Бұл модель туристік ақпараттық материалдарды әзірлеу кезінде мәтін құрылымын тиімді ұйымдастыру үшін практикалық маңызға ие.

Суретте көрсетілген модель туристік мәтіндердің мазмұны бірнеше негізгі элементтердің өзара байланысы арқылы қалыптасатынын көрсетеді. Бұл элементтер тарихи ақпарат, мәдени мазмұн, бағалауыш сипаттама және туристік тәжірибені қамтиды. Мұндай құрылым туристік мәтіндердің ақпараттық және коммуникациялық тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді.

Жалпы алғанда жүргізілген зерттеу мәдени мұра нысандарын сипаттайтын туристік мәтіндердің белгілі бір құрылымдық модель бойынша қалыптасатынын көрсетті. Мұндай мәтіндер туристік дестинациялардың мәдени бейнесін қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Сонымен қатар туристік мәтіндер туристердің белгілі бір нысандарға деген қызығушылығын арттыруға және мәдени мұраны таныстыруға бағытталған маңызды коммуникациялық құрал болып табылады.

Нәтижелерді талқылау

Жүргізілген талдау нәтижелері мәдени мұра нысандарын сипаттайтын туристік мәтіндердің белгілі бір құрылымдық модельге негізделетінін көрсетті. Зерттеу барысында мұндай мәтіндерде бірнеше негізгі компоненттердің тұрақты түрде қолданылатыны анықталды. Атап айтқанда, тарихи ақпарат, мәдени мазмұн, бағалауыш сипаттағы лексика және туристік тәжірибені сипаттайтын элементтер туристік мәтіндердің негізгі құрылымдық элементтері ретінде көрінеді. Бұл компоненттердің өзара үйлесуі туристік мәтіндердің мазмұнын қалыптастырып қана қоймай, туристік дестинацияның тартымды бейнесін қалыптастыруға мүмкіндік береді.

Алынған нәтижелер бірқатар зерттеушілердің теориялық тұжырымдарымен сәйкес келеді. Мысалы, G. Dann туристік мәтіндердің басты мақсаты туристік нысандарды тартымды етіп көрсету екенін атап өтеді [1]. Оның пікірінше, туризм дискурсында қолданылатын тілдік құралдар белгілі бір дестинацияның жағымды бейнесін қалыптастыруға бағытталған. Біздің зерттеу нәтижелері де осы тұжырымды растайды, өйткені мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндерде бағалауыш және эмоционалды сипаттағы лексиканың кеңінен қолданылатыны байқалды. Мұндай сөздер туристік нысандардың ерекше және бірегей бейнесін қалыптастыруға мүмкіндік береді.

Сонымен қатар зерттеу нәтижелері Jaworski және Pritchard ұсынған туристік дискурс теориясымен де сәйкес келеді [2]. Бұл авторлардың пікірінше, туристік мәтіндер белгілі бір мәдени кеңістіктің символикалық бейнесін қалыптастырып, туристердің белгілі бір аймақ туралы түсінігін қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Біздің талдау барысында да мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндерде мәдени символдар мен тарихи маңыздылықты көрсетуге ерекше назар аударылатыны анықталды. Мұндай тәсіл туристерге белгілі бір аймақтың мәдени ерекшеліктерін түсінуге және сол мәдени кеңістікке деген қызығушылықты арттыруға мүмкіндік береді.

Зерттеу барысында анықталған тағы бір маңызды нәтиже – туристік мәтіндерде туристік тәжірибені сипаттайтын элементтердің кеңінен қолданылуы. Мұндай сипаттамаларда туристердің белгілі бір нысанға барған кезде алатын әсері, атмосферасы немесе эмоциялық тәжірибесі көрсетіледі. Бұл тәсіл туристердің эмоционалды қызығушылығын арттыруға бағытталған. Осы тұрғыдан алғанда туристік мәтіндер тек ақпараттық сипаттағы мәтіндер ғана емес, сонымен қатар туристік дестинацияның тартымдылығын арттыруға бағытталған коммуникативтік құрал ретінде қарастырылады. Бұл тұжырым MacCannell туристік

тәжірибенің символикалық маңызы туралы айтқан теориялық көзқарастарымен де үйлеседі [13].

Сонымен қатар алынған нәтижелер мәдени мұра нысандарын сипаттауда тарихи нарративтің маңызды рөл атқаратынын көрсетті. Туристік мәтіндерде тарихи оқиғалар мен мәдени тұлғаларға сілтемелер жиі кездеседі. Мұндай тәсіл мәдени мұра нысандарының тарихи маңызын көрсетуге және олардың мәдени құндылығын түсіндіруге мүмкіндік береді. Бұл тұжырым Timothy және Boyd еңбектерінде қарастырылған мәдени мұра туризмі теориясымен де сәйкес келеді [7]. Аталған авторлар мәдени мұра объектілерін интерпретациялау туристік дестинациялардың мәдени құндылығын түсіндіруде маңызды рөл атқаратынын атап көрсетеді.

Сонымен қатар зерттеу нәтижелері туристік мәтіндердің бірнеше маңызды функция атқаратынын көрсетеді. Біріншіден, олар ақпараттық функцияны орындайды, яғни туристерге белгілі бір нысан туралы негізгі мәліметтерді ұсынады. Екіншіден, мұндай мәтіндер мәдени және танымдық функция атқарып, туристерге белгілі бір халықтың тарихы мен мәдениеті туралы түсінік береді. Үшіншіден, туристік мәтіндер маркетингтік функцияны да орындайды, өйткені олар туристік нысандардың тартымды бейнесін қалыптастыру арқылы туристердің қызығушылығын арттыруға бағытталған. Бұл тұрғыдан алғанда туристік мәтіндер туристік дестинациялардың имиджін қалыптастыруда маңызды коммуникациялық құралдардың бірі болып табылады.

Жалпы алғанда жүргізілген зерттеу мәдени мұра нысандарын сипаттайтын туристік мәтіндер туризм саласында маңызды коммуникациялық құрал болып табылатынын көрсетті. Мұндай мәтіндер арқылы туристік дестинациялардың мәдени бейнесі қалыптасып, туристердің белгілі бір нысандарға деген қызығушылығы артады. Сондықтан туристік ақпараттық материалдарды әзірлеу барысында мәтіндердің құрылымы мен мазмұнына ерекше назар аудару туристік коммуникацияның тиімділігін арттыру үшін маңызды болып табылады.

Қорытынды

Жүргізілген зерттеу туризм саласында мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндердің қандай ерекшеліктері бар екенін анықтауға бағытталды. Талдау барысында туристік мәтіндердің тек ақпарат берумен шектелмейтіні, сонымен қатар белгілі бір туристік нысанның бейнесін қалыптастыруда маңызды рөл атқаратыны байқалды. Мұндай мәтіндер арқылы туристер белгілі бір аймақтың тарихы, мәдениеті және ерекшеліктері туралы алғашқы түсінік алады.

Зерттеу нәтижелері мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндерде бірнеше негізгі элементтің жиі кездесетінін көрсетті. Олардың қатарында тарихи ақпарат, мәдени ерекшеліктерді сипаттау, бағалауыш сөздердің қолданылуы және туристік тәжірибені бейнелейтін сипаттамалар бар. Осындай тәсілдердің үйлесуі туристік мәтіндерді тек ақпараттық емес, сонымен қатар қызығушылық тудыратын коммуникациялық құралға айналдырады.

Сонымен қатар туристік мәтіндерде эмоционалды сипаттағы лексиканың кеңінен қолданылатыны байқалды. «Ежелгі», «бірегей», «ерекше», «тарихи» сияқты сөздер мәдени мұра нысандарының құндылығын көрсетуге көмектеседі. Мұндай тілдік тәсілдер туристік нысандардың тартымдылығын арттырып, оқырманның назарын аударуға мүмкіндік береді.

Жүргізілген талдау мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндердің бірнеше

маңызды функция атқаратынын көрсетті. Біріншіден, олар туристерге нақты ақпарат береді. Екіншіден, белгілі бір халықтың мәдениеті мен тарихын таныстырады. Үшіншіден, туристік нысандардың тартымды бейнесін қалыптастыру арқылы туристердің қызығушылығын арттыруға ықпал етеді.

Бұл зерттеудің нәтижелері туристік ақпараттық материалдарды дайындау кезінде пайдалы болуы мүмкін. Мәдени мұра нысандары туралы мәтіндерді әзірлеу барысында олардың тарихи маңызын көрсету, мәдени ерекшеліктерін түсіндіру және оқырманның қызығушылығын арттыратын тілдік тәсілдерді қолдану туристік коммуникацияның тиімділігін арттыруға көмектеседі.

Болашақта бұл тақырыпты одан әрі тереңірек зерттеу де маңызды. Мысалы, туристік мәтіндердің туристердің қабылдауына қалай әсер ететінін немесе цифрлық платформалардағы туристік мәтіндердің ерекшеліктерін зерттеу қызықты нәтижелер беруі мүмкін.

Жалпы алғанда, мәдени мұра нысандарын сипаттайтын мәтіндер туризм саласында маңызды рөл атқарады. Олар белгілі бір аймақтың мәдени бейнесін қалыптастырып қана қоймай, туристердің сол жерге деген қызығушылығын арттыруға да ықпал етеді.

Зерттеудің ғылыми маңыздылығы мәдени мұра нысандарын сипаттайтын туристік мәтіндердің құрылымдық моделін анықтауда және олардың туристік коммуникациядағы рөлін жүйелі түрде көрсетуінде. Ұсынылған модель туристік ақпараттық материалдарды әзірлеу кезінде мәдени мұра нысандарын тиімді таныстыруға мүмкіндік береді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ/REFERENCES

1. Abrahams E., Kennedy H. Heritage interpretation as a catalyst for sustainable ecotourism development // *Studia Periegetica*. – 2023. – №1. – P. 45–60.
2. Alobiedat A. Heritage interpretation and tourism promotion // *Tourism and Heritage Journal*. – 2021. – Vol. 3, №2. – P. 15–26.
3. Bhatia V. K. *Analysing Genre: Language Use in Professional Settings*. – London: Longman, 1993. – 246 p.
4. Cappelli G. *The Language of Tourism: Linguaging in Tourism Discourse*. – Pisa: Pisa University Press, 2007. – 210 p.
5. Dann G. *The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*. – Wallingford: CAB International, 1996. – 298 p.
6. George C. Tourism discourse and destination image construction // *Journal of Tourism Studies*. – 2010. – Vol. 21, №2. – P. 37–49.
7. Hughes G. Authenticity in tourism // *Annals of Tourism Research*. – 1995. – Vol. 22, №4. – P. 781–803.
8. Jalilifar A., Moradi Y. Tourism discourse revisited: Evaluative strategies in tourist brochures // *Journal of English Studies*. – 2019. – Vol. 17. – P. 45–65.
9. Jaworski A., Pritchard A. *Discourse, Communication and Tourism*. – Clevedon: Channel View Publications, 2005. – 312 p.
10. Kim H., Fesenmaier D. Persuasive design of destination websites: An analysis of first impression // *Journal of Travel Research*. – 2008. – Vol. 47, №1. – P. 3–13.
11. Lee W., Gretzel U. Designing persuasive destination websites: A mental imagery processing perspective // *Tourism Management*. – 2012. – Vol. 33, №5. – P. 1270–1280.

12. Loda M. Comparing tourism websites: The role of marketing communication // *Tourism Management*. – 2011. – Vol. 32, №5. – P. 1029–1037.
13. MacCannell D. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. – New York: Schocken Books, 1976. – 214 p.
14. Maci S. *Tourism Discourse: Professional, Promotional and Digital Voices*. – Genoa: University of Genoa Press, 2018. – 240 p.
15. McKercher B., du Cros H. *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. – New York: Haworth Press, 2002. – 262 p.
16. Molina A., Gómez M., Martín-Consuegra D. Tourism marketing information and destination image management // *International Journal of Tourism Research*. – 2010. – Vol. 12, №6. – P. 722–733.
17. Morgan N., Pritchard A., Pride R. *Destination Brands: Managing Place Reputation*. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2011. – 320 p.
18. Nowacki M. Heritage interpretation as a tool for sustainable tourism development // *Sustainability*. – 2021. – Vol. 13, №8. – P. 1–15.
19. Palmer C. Tourism and the symbols of identity // *Tourism Management*. – 1999. – Vol. 20, №3. – P. 313–321.
20. Pike S. *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008. – 368 p.
21. Richards G. Cultural tourism: A review of recent research and trends // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. – 2018. – Vol. 36. – P. 12–21.
22. Salim M. A. B. Language for tourism: A review of literature // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. – 2012. – Vol. 66. – P. 136–143.
23. Shaw S., Bagwell S., Karmowska J. Ethnoscapes as spectacle: Reimagining multicultural districts as new destinations for leisure and tourism consumption // *Urban Studies*. – 2004. – Vol. 41, №10. – P. 1983–2000.
24. Smart A. Cultural heritage sites: Text analytics approach for visitor experience analysis // *Tourism Research Perspectives*. – 2020. – Vol. 34. – P. 1–9.
25. Smith L. *Uses of Heritage*. – London: Routledge, 2006. – 351 p.
26. Thurlow C., Jaworski A. Tourism discourse: Languages and banal globalization // *Applied Linguistics Review*. – 2011. – Vol. 2. – P. 285–312.
27. Timothy D., Boyd S. *Heritage Tourism*. – Harlow: Pearson Education, 2003. – 312 p.
28. Tilden F. *Interpreting Our Heritage*. – Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1957. – 120 p.
29. Urry J. *The Tourist Gaze*. – London: Sage Publications, 1990. – 176 p.
30. Lepp A., Gibson H. Tourism and national identity // *International Journal of Tourism Research*. – 2008. – Vol. 10, №5. – P. 439–450.

Д. БАЛТАБЕКОВА

Экономика ғылымдарының магистрі,
Халықаралық туризм және меймандостық
университеті
(Қазақстан, Алматы)
e-mail: dina.baltabekova@iuth.edu.kz

У. КАРАКУЛОВА

Педагогика ғылымдарының магистрі
Қожа Ахмет Ясауи атындағы
Халықаралық қазақ-түрік университеті,
(Қазақстан, Түркістан)
e-mail: ulbolsyn.karakulova@ayu.edu.kz

<p>Г. БАЙБОСЫНОВА Э. Ғ. К., Қауымдастырылған профессор Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан), e-mail: gulzhan.baybosynova@iuth.edu.kz</p>	<p>КАДЫРБЕКОВА Д. Phd, Қауымдастырылған профессор м.а, Қазақ спорт және туризм академиясы, (Қазақстан, Алматы) e-mail: 6537275@mail.ru</p> <p><i>Received 10.11.2025</i> <i>Received in revised form 25.02.2026</i> <i>Accepted for publication 30.03.2026</i></p>
---	---

D. BALTABEKOVA¹, U. KARAKULOVA²✉, G. BAIBOSYNOVA¹, D. KADYRBEKOVA³

¹International University of Tourism and Hospitality, (Kazakhstan, Turkistan)

²Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University
(Kazakhstan, Turkistan), e-mail: ulbolsyn.karakulova@ayu.edu.kz

³Kazakh Academy of Sport and Tourism, (Kazakhstan, Almaty)

FEATURES OF TEXTUAL DESCRIPTION OF CULTURAL HERITAGE SITES IN TOURISM

Abstract. *The article examines the structural and content characteristics of tourism texts describing cultural heritage sites in the tourism sector. The aim of the study is to identify the main structural elements of tourism texts presenting cultural heritage objects and to analyze their role in tourism communication. The research employed methods of literature analysis, comparative analysis, textual analysis, and content analysis. The research material consisted of 30 tourism texts about cultural heritage sites published on tourism information portals of Kazakhstan. The results of the content analysis revealed that several key elements are consistently used in the structure of tourism texts. These include historical information, cultural content, evaluative vocabulary, and elements describing the tourist experience. The findings demonstrate that tourism texts perform not only an informational function but also serve as an important communication tool for shaping an attractive image of a tourist destination. In addition, tourism texts play a significant role in presenting cultural heritage and increasing tourists' interest in a particular region. The results of the study make it possible to identify effective textual strategies for presenting cultural heritage sites in tourism information materials.*

Keywords: *tourism, cultural heritage, cultural heritage sites, tourism texts, tourism discourse, content analysis, tourism communication, cultural tourism, destination image*

Д. БАЛТАБЕКОВА¹, У. КАРАКУЛОВА² ✉, Г. БАЙБОСЫНОВА¹, Д. КАДЫРБЕКОВА³

¹Международный университет туризма и гостеприимства, (Казахстан, Туркестан)

²Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмеда Ясави
(Казахстан, Туркестан), e-mail: ulbolsyn.karakulova@ayu.edu.kz

³Казахская академия спорта и туризма, (Казахстан, Алматы)

ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВОГО ОПИСАНИЯ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ТУРИЗМЕ

Аннотация. *В статье рассматриваются структурные и содержательные*

особенности туристических текстов, описывающих объекты культурного наследия в сфере туризма. Цель исследования – выявить основные структурные элементы туристических текстов, представляющих объекты культурного наследия, и проанализировать их роль в туристической коммуникации. В ходе исследования были использованы методы анализа научной литературы, сравнительного анализа, текстового анализа и контент-анализа. В качестве исследовательского материала были отобраны 30 туристических текстов об объектах культурного наследия, опубликованных на туристических информационных порталах Казахстана. Результаты контент-анализа показали, что в структуре туристических текстов устойчиво используются несколько ключевых элементов. К ним относятся историческая информация, культурное содержание, оценочная лексика и элементы, описывающие туристский опыт. Результаты исследования показали, что туристические тексты выполняют не только информационную функцию, но и являются важным коммуникационным инструментом формирования привлекательного образа туристической дестинации. Кроме того, туристические тексты играют важную роль в представлении культурного наследия и повышении интереса туристов к определённому региону. Полученные результаты позволяют определить эффективные текстовые стратегии представления объектов культурного наследия при подготовке туристических информационных материалов.

Ключевые слова: туризм, культурное наследие, объекты культурного наследия, туристические тексты, туристический дискурс, контент-анализ, туристическая коммуникация, культурный туризм, имидж дестинации