

Қазақстан Республикасы Тәуелсіздігінің 30 жылдығына арналған «Сейфуллин оқулары – 17: «Қазіргі аграрлық ғылым: цифрлық трансформация» атты халықаралық ғылыми – тәжірибелік конференцияға материалдар = Материалы международной научно – теоретической конференции «Сейфуллинские чтения – 17: «Современная аграрная наука: цифровая трансформация», посвященной 30 – летию Независимости Республики Казахстан.- 2021.- Т.2, Ч.2 - Б. 65-66

## **ЖАРНАМА ТІЛІНІҢ ЖАҢСАҚ ТҰСТАРЫ**

*Көпжасар Адема*

*С.Сейфуллин атындағы ҚАТУ Сәулет өнері-20-22  
тобының студенті*

Жарнама, реклама (франц.reclame, лат.reclamo—жар саламын) — тауарлардың, қызмет көрсетудің тұтынушылық қасиеті туралы ақпарат беру және оған деген сұранысты көбейту мақсатында таратылатын хабарлама; белгілі бір адамдар, ұйымдар, әдебиет пен өнер шығармалары туралы хабар таратып, оларды әйгілеу. Жарнама көпшілік ақпарат құралдары (теледидар, радио, газет, Интернет, проспектілер, плакаттар, т.б.) арқылы жүзеге асырылатын коммуникацияның ақылы түрі болып табылады [1]. Жарнама мәтіні бірнеше қызметтерді қатар жүзеге асырады, ал олардың ішінде ең маңыздылары ақпарат беру мен әсер ету болып саналады. Жарнама тілі барлығына түсінікті, кең таралған тіл болуы тиіс екенін ескерсек, жарнаманың тілі жалпыға түсінікті, әрі қысқа, әрі нұсқа, тартымды, әсерлі жазылуы керек.

Енді қазақ тіліндегі жарнамалар жағдайына келейік.

Шынын айтсақ, жарнама саласында қазақ тілі – аударма тіл ретінде ғана көрініс табуда. Кез келген жарнама орыс тілінен тікелей калькаланады. Аудармашылар оның қазақ тіліндегі мағынасын ашып, көпшілікке бірден түсінікті болуы үшін тырыспайды. Сол себепті, ақпараттық құралдар мен көше билбордтындағы жарнамалардың жаңсақ жақтары жетерлік. Мәселен, байланыс желісі ұсынып отырған мына бір жарнамаға назар аударалық:

Живи в общении ! / Хабарласа өмір сүр! Дұрысы: Үнемі байланыста бол!

Сондай -ақ, барлық отбасыға арналған тауарлар товары для всей семьи деген сөйлемнің тікелей аудармасы. Бұл жерде біріншіден, отбасыға деп барыс септігінің жалғануының өзі қате, отбасы сөзі тәуелденіп тұр. Менің отбасым, сенің отбасың, оның отбасы десек, барыс септігі I жақта менің отбасыма, II жақта сенің отбасыңа, III жақта оның отбасына, (барлық отбасына) болып септеледі. Екіншіден, товары для всей семьи тауар отбасының барлық мүшелеріне арналған деген мағына береді. Ал тікелей аударма көп отбасына арналған деген мағынада тұр. Бұл қате.

Ал көшедегі маңдайшалар мен тақтайшалардағы әріп қателерінен көз сүрінеді.

Жарнама жаңа идеология, белгілі бір дәрежеде мәдениеттің көрінісі. Жарнама жасауда шығармашылық ізденістер, көпшілікті селт еткізіп, көңілін аударатын ұтымды сөздер мен сөйлемдер қолданылуы қажет.

**Пайдаланған әдебиеттер:**

1. Ашық энциклопедия сайты
2. Ана тілі газеті 11 ақпан 2021 жыл
3. Nurzhanova A.S. Bukayeva A № 6.-P. 11-16. ISSN 0033-295X. SCOPUS  
. Импакт фактор – 7.972

*Жетекшісі: Қазақ және орыс тілдерінің доценті,  
ф.ғ.к., доцент А.С. Нұржанова*