



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ
ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н. ГУМИЛЕВА
GUMILYOV EURASIAN
NATIONAL UNIVERSITY



Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2015»
атты X Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
X Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2015»

PROCEEDINGS
of the X International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2015»

УДК 001:37.0
ББК72+74.04
Ғ 96

Ғ96

«Ғылым және білім – 2015» атты студенттер мен жас ғалымдардың X Халық. ғыл. конф. = X Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2015» = The X International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2015». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie-2015/>, 2015. – 7419 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-9965-31-695-1

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001:37.0
ББК 72+74.04

ISBN 978-9965-31-695-1

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2015

сөйлеген сөзі.

7. Салқынбай А. Абақан Е. Лингвистикалық түсіндірме сөздік. Алматы: Сөздік-Словарь. – 1998. – 304 б.
8. Фразеологиялық сөздік. – Алматы: «Арыс» баспасы, 2007.
9. Астана қаласының әкімі Иманғали Тасмағамбетовтың Елбасының Қазақстан халқына Жолдауына байланысты қала активінде сөйлеген сөзі // <http://astana.gov.kz/>
10. Астана қаласының әкімі И.Н.Тасмағамбетовтың Астана қаласының кәсіпкерлерінің конференциясында жасаған баяндамасы <http://astana.gov.kz/kk/modules/material/2099>
11. Кекілбаев Ә. Заманмен сұхбат ой-толғамдар – Алматы: Жазушы, 1996 -592 бет

ЖАРНАМАЛАР ӘЛЕМІНДЕГІ ҚАЗАҚ ТІЛІ МӘСЕЛЕСІ

Зиятова Балжан Темірболатқызы

ziyatova.balzhan@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
көлік-энергетика факультетінің 1-курс студенті. Астана. Қазақстан.
Ғылыми жетекшісі – Ұ.О. Асанова

«Қазақ тілі – бай тіл, оралымды, ырғақты,
теңеу бейнелері ерте туған тіл»
(Ғабит Мүсірепов)

Мен өз мақаламды сөз зергері Ғ.Мүсіреповтің сөзімен бастағаным себепсіз емес. Қазақ тілі – қазақ халқымен бірге қалыптасып, ежелден келе жатқан тіл. Қанша ғасыр өтсе де біздің заманымызға дейін аман-есен жетті. Бүгінде еліміз тәуелсіздігін алып, 1995 жылы 30 тамызда қабылданған Жаңа Ата заңымызда «Қазақ тілі – Қазақстан Республикасының мемлекеттік тілі» болып бекітілді. Ана тіліміз мемлекеттік тіл мәртебесін алғанға дейін қаншама кедергілерге тап болды, машақаттық та, менсінбеушілік те көрді. Осынша қиындықпен келген қазынамызды бүгінгі күні де қорлап жатқандарды көргенде, жүрегің ауырады. Олай дейтінім, көшедегі билборд, панно, плакаттағы қателерді былай қойғанда, теледидарда күн сайын бірнеше рет қайталап беріліп жатқан жарнамаларда қателердің өріп жүргендігі... Сонда «қазақ тілім» деп жырлап өткен Абай Құнанбаев, Мағжан Жұмабаев, Сұлтанмахмұт Торайғыров сияқты көптеген дара тұлғалардың еңбегі зая болғаны ма? Неліктен ұзақ жылдар бойы жарнамалардағы қазақ тілі мәселесі шешілмей отыр?!

Тіл туралы Заң да қабылданып жатыр, алайда жарнама мәселесіндегі қателіктер әлі күнге көзге ұрып тұр. Сіз «Бірақ та заңның арқасында жарнама берушілерге айыппұл салынып, жарнамалар түзеліп, я болмаса мүлдем алынды» дейсіз ғой. Әрине, бұл рас, бірақ 100 жарнаманың 25-і ғана түзеледі. Қалғаны ше? Олармен не болмақ? Әрине, қазақ тілінің құрметсіздігінің куәсі, жарнама берушілер, аудармашылардың сауатсыздығы мен жергілікті әкімшіліктің енжарлығының белгісі боп қалмақ. Және де біз жарнамалардың орыс тілінен қазақ тіліне дұрыс аударылғанымен ғана қанағаттанып қоймай, өзіміздің ұлттық жарнамаларымыздың басқа шет тілдеріне аударылуына да көңіл бөлгеніміз дұрыс. Жас болсам да мені осы сұрақтар үнемі мазалайды. Сондықтан мен осы мақалам арқылы жарнама әлеміндегі келеңсіздіктерге тоқталғым келеді.

Жарнама әлемі. Алдымен жарнама дегеніміз не екенін айтып кеткен жөн болар. Жарнама дегеніміз – белгілі бір зат пен құбылысты, іс-әрекет пен қызметті елге таныту, насихаттау, оларға деген сұранысты күшейту мақсатымен жарияланған хабарлама жиынтығы. Жарнама – нарықтың қозғаушы күштерінің бірі. Сондықтан жарнаманың «бармайтын тауы, баспайтын жері» жоқ. Бұл – әлемде қалыптасқан құбылыс. Жарнама тек өнім туралы ақпарат беріп қана қоймай, оның тұтынушы санасында әлдебір бейне ретінде қалыптасуына әсер

етеді. Осыдан жарнаманың коммуникациялық рөлін байқауға болады. Жарнаманың қоғамдық рөлі оның адамдардың санасы, көзқарасы, пікірлері мен мінез-құлқының қалыптасуына әсерін тигізуінде. Сәннің, стильдік және дизайнның тенденциясын көрсету арқылы жарнама адамның эстетикалық қажеттілігіне әсер етеді. Сондықтан да жарнамада не айтылып, не жазылып жатқанына қатты көңіл бөлу керек. Басқа шет елдерде маркетинг саласына қатты көңіл бөледі, тіпті сол туралы кино шығарып та жатыр. Ал біз ондай мәселеге көп көңіл бөле бермейтіміз анық.

Қазіргі қазақ жарнамалары таралу жолдарына, қамтитын тақырыптарына, түрлеріне қарай бірнеше түрге бөлінеді:

- сыртқы жарнама (мандайшалар, жарнамалық қалқандар, панно, плакаттар)
- теле және радио жарнама (жарнама роликтері, жарнамалық телерепортаждар, теледидардағы жарнамалық қатарлар, радио хабарландырулар, радио роликтер)
- парақша жарнама (каталогтер, буклеттер, жапсырмалар, шағын жарнама парақтар, шақыру билеттері, баға көрсеткіштері)
- газет жарнамасы (газет-журналдарда жарияланған жарнама мәтіндері)

Жұмысымды жазар алдында ғаламтордан көп мәлімет іздедім, біразын таптым да. Іздеу барысында мен сияқты көптеген тіл жанашырларының жарнамалардағы қазақ тілі мәселесін қозғаған жазбаларын оқыдым. Онда көбінесе билборд, пано, плакаттағы кілең грамматикалық қателер, қазақ сөздерінен құрылған тіркестердің өзара байланыспай, қиыспай нақтылы ұғым бермегені туралы және қате жазылған көшелердің атауы туралы айтылған. Бірақ олар теледидар мен ғаламтордағы қателерге үлкен мән бермеген. Мен басқалардың ойын қайталамайын деп, тек теледидарда берілетін жарнама мәселесіне тоқталуды жөн көрдім.

Ғалымдардың зерттеуі бойынша, адам өз өмірінің 9 жылын теледидардың алдында өткізеді, соның 2,5 жылы жарнама көрумен өтеді екен. Теледидарды еңбектеген баладан сакалы жерге тиген қарияға дейін көреді. Біз жас балаға, мысалы, «мен ойлаймын, әдемі ойыншық екен» деп сөйлемді етістіктен бастама деп қалай айтамыз, егерде құдайдың құттығуі теледидарда «Nutrilon» деген бала тағамын жарнамалайтын бейне роликте сөйлемнің сөз тәртібі сақталмай, етістігі сөйлемнің алдына шығып кетіп жатса... Кейде небір жарнама аудармаларын оқып отырғанда, не қарап отырғанда, не оқып, не түсінгенін білмей қайран қаласың.

ҚР «Әкімшілік құқық бұзушылық туралы» Заңында көрнекі ақпараттарда ҚР «Тіл туралы» Заңды бұзған кез келген республика азаматына айлық есептік көрсеткіштің бестен жиырмаға дейінгі мөлшерінде айыппұл салынатын болып белгіленген. Бірақ, меніңше, «Calgon» тазартқыш ұнтағының басқармасы бұл заңды елемейтін тәрізді. Бұған дәлел: «Ана, қарашы, қаспақ басты» (Мама, смотри накупь) деген жарнаманың аудармасы. Бұл мысалда «қаспақ» сөзінің орнына «қақ» деген сөзді қолдану керек. Қаспақ деген ол – пісірілген сүттің қазанға жабысқан тұнбасы және осы сөзді бұл жарнамаға қолданғаны тіпті орынсыз болып отыр. Бұған кім кінәлі? Жергілікті әкімшіліктің енжарлығы ма, я болмаса халықтың осындай құлағымызға жат сөздерге үйреншікті қарауы ма?

Менің әкем де өте принципшіл әрі намысшыл адам, ол мұндай жарнамаларға көз жұма қарайтын адамдардың санатына жатпайды, сондықтан біз осы мәселені шешпек болып «НТК» арнасына қоңырау шалғанбыз. Бір бойжеткен қазақ қызы тұтқаны көтерді. Өз ана тілін білмегендіктен, біз оған басқа тілде түсіндіруге мәжбүр болдық. Біздің шағымымызды естіген бойжеткен аузына құм құйылғандай үнсіз тұрды да, тұтқаны бір ер адамға бере салды. Бірақ, өкінішке орай, оның да тілі бұралып: «НТК» арнасы жарнамалардағы қателерге жауапты емес, барлық жауапкершілікті жарнама беруші алады», – деп ақталды.

Енді бірде теледидардан ұялы байланыс туралы жарнаманы көріп отырып, «Великолепно, классно» деген сөйлемді «Керемет, сынып» деп айтқанда отбасымызбен не күлерімізді, не жыларымызды білмей қалдық. Біз айтқан соң ба, әлде басшылардың көмегімен бе білмеймін, бірақ көп ұзамай бұл жарнама теледидар экранынан алынды. Бұл бірнеше жыл бұрын болған оқиға.

Бүгінгі таңда жарнама әлемінде қазақ тілі мәселесі біраз шешілмегені бір талай. Сөзім дәлелді болу үшін мысал келтірейін. «Mr. Proger» ұнтағы жарнамасында «свежий запах» сөз тіркесін «балғын иіс» деп аударған. Қазақ тілі – өзінің даласындай бай тіл. Қазақтың сөзі қашан да даланың қоңыр желіндей аңқып, еркін есіп тұрады. Ата-бабамыз бізге өте бай сөздік қор мұрасын қалдырған. Сондықтан да «свежее мясо», «свежая трава», «свежий запах» деген сөз тіркестерінде «свежее» деген сөз қазақ тілінде әр алуан аударылады. Мысалы, свежее мясо – жас ет, свежая трава – балғын шөп, свежий запах – қош иіс, жұпар иіс деп аударған («балғын иіс» дегеннің орнына «қош немесе жұпар иіс») жөн болар еді. Міне, осы маркетинг саласындағы өз ана тілі мәселемізді шешсек, жарнамаларға дұрыс көңіл бөлсек, ұлттық бояуды сақтап отырсақ, іргесі берік ел болатынымыз айғақ.

Меніңше, тауарлар мен өнімдердің, қызмет түрлерінің жарнамаланып отыруын реттейтін жарнама агенттіктері қажет және олармен мемлекеттік тілді жетік меңгерген, қазақ халқының этно-мәдениетінен толық хабардар, сондай-ақ басқа тілдерді де жақсы білетін тілші мамандармен, аудармашылармен жасақталуы тиіс.

Данышпан Конфуций былай айтқан екен: «Егер де маған ел басқару мүмкіндігі туса, ең алдымен, сол елдің тіл мәселесін қолға алар едім. Себебі тіл бірлігі болмаса, пікір бірлігі болмайды және идеология дұрыс жүргізілмейді. Идеология дұрыс жүргізілмей, ортақ түсіністік таппаған елде бірлік болмайды. Сондықтан бәрінен де бұрын адамдар арасындағы бірлікті ұстап тұрған тіл мәселесі маңызды». Мен ұлы данышпанның пікірмен толықтай келісемін. Шынымен де елдің елдігі – туған тілінде. Сондықтан жарнама түрлерімен айналысатын агенттіктер мен кәсіпорындардан тіл нормаларын сақтауды талап ету, оларға жауапкершілік жүктеу, заңды бұзғандарға айыппұл салу керек. Ал жарнама берушілерге айтарым, тіл заңын сөз жүзінде қолдаған болып, іс жүзінде жүрдім-бардым қарайтындардың күйкі тірлігі – елді емес, ең алдымен, өзін-өзі алдағаны. «Жұмыла көтерген жүк жеңіл» деп дана халық тегін айтпаған. Қоғамның арқалаған жүгі ауыр болғандықтан да оның құрамына енген азаматтардың ұраны ынтымақ, бірлік, тұтастық болуы керек деп білемін.

«Ел боламын десек, бесігінді түзе» деп халық бекер айтпаған ғой. Қолымда болса, жарнамалармен айналысатын агенттіктер ғимараттарына «Ел боламын десек, жарнаманды түзе» деген жазуы бар тақтайшаны орнатуды талап етер едім.

Қорыта айтқанда, тілін сыйлаған адам – өзін-өзі сыйлаған адам. Өзгеге сыйлы боламыз десек, өзімізді сыйлай білейік. Тілімізді дамыту, оның күнделікті өмірде қолдану аясын кеңейту – үлкеннің де, кішінің де парызы. Сондықтан қазақ тілін қорлауға жол бермей, қадірлеп, аялайық достар!

Пайдаланған әдебиеттер:

1. Н.Т.Сауранбаев, Г.Г.Мұсабаев, Ш.Сарыбаева «Орысша-қазақша сөздік», Алматы –2005ж.
2. М.Балақаев, Е.Жанпейісов, М.Томанов, Б.Манасбаев. «Қазақ тілінің стилистикасы», Алматы – 1990ж.
3. Конфуцийдің айтқан нақыл сөздері. (Лунь Ю)
4. Қазақ тілінің сөздігі. Алматы 1999ж.

ӨОЖ 82.02

МЕМЛЕКЕТТІК ТІЛ – БАСТЫ ҚҰНДЫЛЫҒЫМЫЗ

Манашова Мунира Асқарқызы

Mynira-96@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ ядролық физика мамандығының 1 курс студенті,
Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – А.Р. Найманбай