

А.М. Куркимбаева\* 

Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті,  
Алматы, Қазақстан

\*e-mail: aizhan--k@mail.ru

## «BLACK FRIDAY» КОНЦЕПТИСІНІҢ ЖАРНАМА ДИСКУРСЫНДАҒЫ ПРАГМАТИКАЛЫҚ СИПАТЫ

**Аннотация.** Бұл мақалада «Black Friday» концептісінің жарнама дискурсындағы прагматикалық сипаты қарастырылады. Осы уақытқа дейін отандық лингвистикада аталмыш концептінің жарнама дискурсындағы қолданысы прагматикалық тұрғыдан талдануы жүзеге аспады. Бұл сипат зерттеу нысанының өзектілігін арттыра түседі. Жалпы жарнама дискурсы отандық және шетелдік лингвист-ғалымдардың назарынан тыс қалмайтын нысанға айналып үлгергені белгілі. Мақалада отандық медиа кеңістікте танымал жарнамалардың бірі «Black Friday» лексемасының адресаттарға прагматикалық әсері жан жақты талқыланады. *Мақаланың мақсаты* – жарнама дискурсындағы «Black Friday» түсінігінің лингвопрагматикалық қырын зерделеу. Мақсатқа жету үшін келесі *міндеттер қойылды*: «Black Friday» түсінігінің тарихына шолу жасау, оның прагматикалық сипатын қарастыру және аударматанудағы локализация үрдісі тұрғысынан талдау. Мақаланы жазу барысында жаппай сатылым акциясын жарнамалауда отандық компаниялардың Инстаграм тұғырнамасында жарияланған жарнамалары арқау болды. Зерттеу жұмысының *ғылыми маңыздылығы* институционалдық дискурстың саласы ретінде жарнама дискурсының зерттеу аясының кеңеюіне байланысты. Зерттеудің *практикалық маңыздылығы* – зерттеу нәтижелерін «Жарнама дискурсы аудармасы», «Жазбаша аударма практикасы» секілді «Аударма ісі» мамандығы бойынша оқытылатын пәндер аясында, сондай-ақ жарнама дискурсы аудармасы бойынша кейстер дайындап оқу материалы ретінде пайдалануға болады.

**Тірек сөздер:** жарнама дискурсы, «Black Friday» концептісі, прагматикалық сипат, адресаттар, пост-мәтін, мәдени адаптация, локализация.

А.М. Куркимбаева\*

Казахский университет международных отношений и мировых языков имени Абылай хана, Алматы, Казахстан  
\*e-mail: aizhan--k@mail.ru

## ПРАГМАТИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ КОНЦЕПТА «BLACK FRIDAY» В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

**Аннотация.** В данной статье рассматривается прагматический характер концепта «Black Friday» в рекламном дискурсе. До сих пор в отечественной лингвистике не осуществлялся прагматический анализ использования данного концепта в рекламном дискурсе, что обуславливает актуальность объекта исследования. Известно, что рекламный дискурс вызывает определенный интерес у отечественных и зарубежных ученых-лингвистов. В статье подробно обсуждается прагматическое влияние лексемы «Black Friday» на адресата, как одной из популярных рекламных креативов в отечественном медиапространстве. *Цель статьи* – изучить лингвопрагматический аспект понятия «Black Friday» в рекламном дискурсе. Для достижения цели были поставлены следующие задачи: дать обзор истории происхождения понятия «Black Friday», рассмотреть его прагматический потенциал и проанализировать с точки зрения тенденции локализации в переводоведении. В ходе написания статьи были подвергнуты анализу рекламные ролики и объявления на аккаунтах отечественных компаний, размещенные на платформе Instagram. *Научная значимость исследования* обусловлена расширением сферы исследований рекламного дискурса как отрасли институционального дискурса. *Практическая значимость исследования* заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы в качестве учебного материала в рамках дисциплин, изучаемых по специальности «Переводческое дело», таких как «Перевод в области рекламного дискурса», «Практика письменного перевода», а также в составлении кейсов по переводу рекламного дискурса.

**Ключевые слова:** рекламный дискурс, концепт «Black Friday», прагматическое описание, адресат, пост-текст, культурная адаптация, локализация.

А.М. Kurkimbayeva\*

Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Kazakhstan  
\*e-mail: aizhan--k@mail.ru

**PRAGMATIC NATURE OF THE CONCEPT “BLACK FRIDAY” IN ADVERTISING DISCOURSE**

**Abstract.** This research paper examines the pragmatic nature of the concept of "Black Friday" in advertising discourse. So far, domestic linguistics has not carried out a pragmatic analysis of the use of this concept in advertising discourse, which determines the relevance of the object of research. It is known that advertising discourse arouses a certain interest among domestic and foreign linguistic scholars. The paper discusses in detail the pragmatic influence of the lexeme "Black Friday" on the addressees as one of the popular advertising creatives in the domestic media space. *The aim of the investigation* is to study the linguo-pragmatic aspect of the concept of "Black Friday" in advertising discourse. *To achieve the goal, the following tasks were set:* to give an overview of the history of the origin of the concept "Black Friday", consider its pragmatic potential, and analyze in terms of localization trends in translation studies. In the course of writing the paper was subjected to the analysis of commercials and ads on the accounts of domestic companies, posted on the platform Instagram. *The scientific significance of the study* is due to the expansion of the research field of advertising discourse as a branch of institutional discourse. *The practical significance of the study* lies in the fact that the results of the study can be used as teaching material in the disciplines of Translation studies, such as "Translation in advertising discourse", and "Practice of written translation", as well as in the compilation of cases on the translation of advertising discourse.

**Keywords:** advertising discourse, concept “Black Friday”, pragmatic nature, addressee, post-text, cultural adaptation, localization.

**Кіріспе**

Нарықтық экономиканың дамуына сай кейінгі жылдары жұма лексемасын әртүрлі сын есімдермен қолдану сәнге айналғандай. Жаһандау кезеңінде мәдениеттердің өзара әрекеттесуі орын алады. Осындай кезеңде бір мәдениетте қолданылатын концептілерді екінші мәдениет өкілдері қолданысқа енгізеді. Жарнама дискурсында сондай бір жиі қолданылып жүрген концептілердің бірі «Black Friday». Бүгінгі қоғамда осы тілдік бірліктің қолданысы діни дискурс адресанттарының арасында талқыға түсіп жүрген тақырып. Қазақ лингвомәдениеттануында жұма ерекше қастерлі ұғым болып саналады. Жұма күні қазақ халқы ата-бабасына дұға бағыштап, мешітке барып зиярат ететін күн. Қазақ тілдік әлемінде «жұма» күндердің сұлтаны. Жұмаға байланысты қазақ тілінде түрлі ырым-тиымдар ата-бабамыздан бері ғасырлар бойы қолданылып келеді.

Еліміздегі үлкен сауда орталықтары үлкен сатылым кезінде көше билбордтары, ақпараттық құралдар, әлеуметтік желілер арқылы тұтынушыларды «Black Friday» жеңілдігіне ие болуды жарнамалайды. Әрине бұл маркетинг құралы. Дегенмен, жарнама дискурсында ағылшын тілінен қазақ тіліне тікелей аудару немесе ағылшын тілінде «Black Friday» деп қолдану біздің мәдениетіміз, дәстүрімізге қайшы келетін құбылыс. Бұл жағдайда «қара жұма» деп аудару аудармашы тарапынан локализация әдісіне мән бермегендік болып саналады.

Аударма теориясында қазіргі таңда «локализация» деген терминнің қолданысқа енгеніне де көп бола қоймады. «Локализация» термині аударма барысында түпнұсқадан аударып жатқан тілдің мәдениетіне, салт-дәстүріне мән бере отырып аудару үрдісі деп өз тарапымынан анықтама беремін. Аударма мазмұны тартымды және жергілікті мәдениет өкілдеріне жағымды әсер қалдыруға бағытталады, яғни мәдени адаптация. Жалы «локализация» термині лингвистика ғылымына жаңадан енген ұғым. Жаһандану үрдісінің қарқынды дамуына орай экономикалық, мәдени, халықаралық, технологиялық сала бойынша байланыстардың орнауы локализация үрдісін аударма ғылымына алып келді.

Алдымен, «Black Friday» сөзі қайда және қашан пайда болған маркетингтік тәсіл деген сұраққа жауап беру орынды. Жалпы бұл сөз тіркесі біздің тілімізге батыс мемлекеттерінен келген құбылыс. Қарастырып отырған сөз тіркесінің пайда болуының бірнеше нұсқасы бар. Белгілі Британника энциклопедиясына сүйенсек «Black Friday» Америкада бейсенбі күні тойланатын «Алғыс айту» мейрамынан кейін жарияланатын үлкен жеңілдіктер күні (Vaughan Don, 2020). Үлкен сатылымды жіберіп алмауға тырысқан тұтынушылар қала көшелерінде үлкен кептелістер жасап, полиция қызметкерлеріне қиындық туғызғандықтан, «Black Friday» деп айтылған деген нұсқаны ұсынады. Дегенмен, басқа елдің мәдениетінен енген «қара жұма» тілдік бірлігін біздің елімізде өзгертусіз сол күйінде жарнама дискурсында қолдану қателік.

Соңғы кездері қазақстандық жарнама дискурсында «Black Friday» лексемасын «Жомарт жұма», «Жасыл жұма», «Ақ жұма», «Берекелі жұма» деген нұсқалармен алмастырып ұтымды қолданып жүрген адресанттарды да байқаймыз. Әрине, бұл нұсқалар адресаттарға прагматикалық жағынан жағымды әсер етеді. Прагматикалық әлеуеті басым деуге әбден болады.

## Материал және әдістер

Мақалаға арқау болған зерттеу материалдары жарнама дискурсында қолданылып жүрген «Black Friday» концептісінің алуан түрлі нұсқалары. «Black Friday» концептісін лингвистикалық қырынан талдау барысында прагматикалық талдау әдісі, концептуалды талдау әдісі, семантикалық-когнитивті талдау әдісі қолданылады. Аталмыш әдістер қазақстандық медиа кеңістікте қолданылып жүрген «Black Friday» концептісінің прагматикалық сипатын аша түседі. Зерттеу материалдары ретінде көше билборд жарнамалары және Инстаграм тұғырнамасында жарияланған жарнамалық пост-мәтіндер алынды.

### Әдебиетке шолу

Зерттеу барысында «Black Friday» түсінігіне қатысты Британника энциклопедиясы, қазақ тілінің кірме сөздер сөздігіне, Н.Н.Болдырев және отандық басылымдарда жарық көрген мақалаларға шолу жасалып, жарнама дискурсында қолданылып жүрген «Black Friday» түсінігін тіл ғылымында прагматикалық тұрғыдан талдауға алғаш рет талпыныс жасалды.

### Нәтижелер және талқылау

Қазақ тілінің кірме сөздер сөздігінде «жұма» концептісіне келесідей анықтама ұсынылады: «Араб мағыналары «аптаның бесінші күні», «бір апта, жеті күн». Қазақ тілінде екі мағынасы да қолданылады. Жұма барлық мұсылмандар үшін күндердің ішіндегі ең ұлығы болып саналады, себебі бұл күні адамдар жұма намазға жиналады» (Қазақ тілінің кірме сөздер сөздігі, 2019).

Болдырев Н.Н. тұжырымдауынша, басқа мәдениеттен енген концептілер тілде барлық кезде көрініс таба бермейді. Егер жаңа концепт мәдениетімізде кеңінен көрініс тапса, мәдениет тасымалдаушы реципиенттердің санасына ене бастайды (Болдырев Н.Н., 2002:360-369). «Black Friday» концептісі де сондай бір бүгінгі жас ұрпақтың түпсанасына енген жаңа концепт деуге болады.

Инстаграм тұғырнамасында орналасқан Qazaqgrammar парақшасында «қара жұма» лексемасына «ай соңында ақша таусылғанда болатын науқан» деген анықтама берген (Qazaqgrammar, 2020). Бұл жерде адресант қалдырған анықтамаға адресаттар пікірлерінен келесідей нұсқалар ұсынылған. Мысалы, «*Берекелі жұма*», «*Жауған жұма*», «*Олжалы жұма*», «*Алдау жұма*», «*Былық Фрайдей*», «*Жеңілдіктер жұмасы*». Прагматикалық аспектіден талқыласақ ұсынылған нұсқалардың басым бөлігі жағымды коннотацияға ие. «Алдау жұма» мен «Былық Фрайдей» сөз тіркестерін талдар болсақ, кәсіпкелер тарапынан ұйымдастырылған маркетингтік тәсілдерге риза болмаған тұтынушылардың интенцияларын көре аламыз. Кей кездері үлкен жеңілдіктерге ие болып, олжалы болып, сәтті сауда жасап қайтуға ниеттеніп келген тұтынушылар мардымды жеңілдіктердің болмағанына реніш білдіргендіктен аталмыш сөз тіркестерін қолдануды ұсынғандығын көреміз.

Мақаланы жазу барысында Инстаграм тұғырнамасы арқылы жарияланған жеңілдіктерді талдау кезінде «Black Friday» сөзінің жарнамада қолданылуына теріс пікір білдіретін адресаттардың пікірлері кездеседі. Мысалы, келесі адресаттардың пікірлері соған куә. Қазіргі таңда адресаттардың әлеуметтік желіде белсенділігін анық байқауға болады.

*sundetylla*  
*Жалпы жұманы қара деп айту мүлдем дұрыс емес. Жарқын жұма деу керек. Жұма мұсылмандар үшін қасиетті күн.. Бұлай айтуға тиым салу керек (адресаттар пікірі өзгертусіз алынды).*

*nazkenibraeva*

*Ия, бұл сөздің тарихын көбі біле бермейді. Қасиетті Жұманы ешқашан "қара" деп айтуға тілім бармайды. Өзім де дүкен иесі болсам да, осы сөзі мүлде ұнатпадым, және жасамадым да осы акцияны (адресаттар пікірі өзгертусіз алынды).* Оқырмандар пікірінен жарнама роликтерінде қолданылып жүрген «қара жұма» сөзін «жарқын жұма» деп атау орынды деп ой қорытқан. Бірінші суретте Инстаграм тұғырнамасында «Black Friday» лексемасын қолдануға қарсылық ретінде жарияланған визуалды мазмұнды көруге болады.



### 1-сурет – «Black Friday» жарнамасын құптамайтын визуалды контент

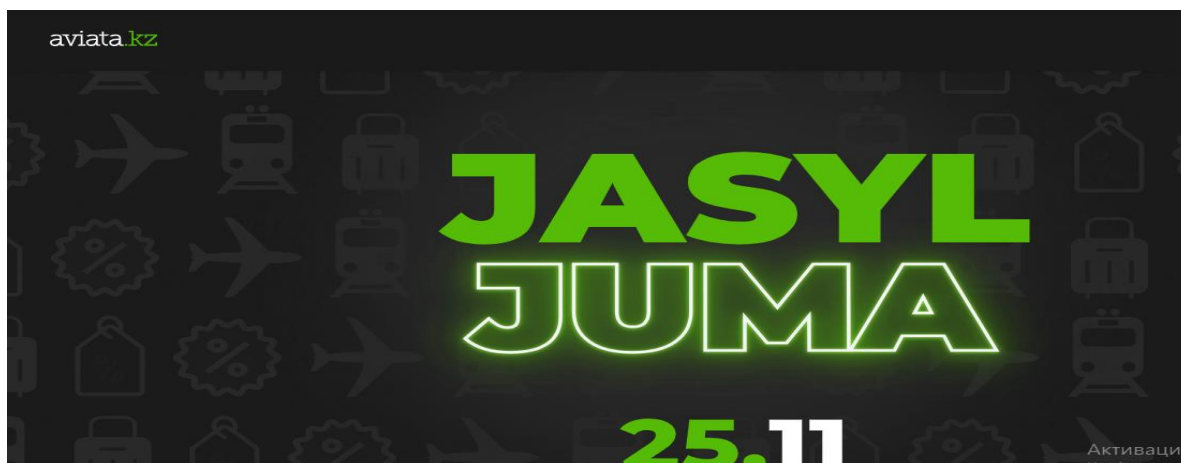
Авиата компаниясы — Қазақстанда әуе және теміржол билеттерін сатудың лидері болып саналады. Авиата компаниясы билеттерге жеңілдікті «Жасыл Жұма» күні деп жарнамалауы адрессаттарға прагматикалық жағынан аттрактивті тәсіл. Авиатаның осындай бір жарнамаларының пост-мәтіні келесідей:

*Бүгін Авиатада Jasyл Juma!*  
*Жеңілдікпен тиімді билеттер мен қайтару кепілдігін сатып алуға үлгеріңіздер.*  
*Jasyл JUMA-ға бірнеше әуекомпания мен сервистер қатысады: Scat, Air Arabia, Neos, Aeroflot,*  
*AirBaltic, Belavia, Qatar Airways, Booking.com және Авиата!*  
*Жеңілдіктердің көпшілігі бүгін түнгі 12-де аяқталады, сондықтан біздің посттар мен*  
*стористерді жіберіп алмаңыздар ӨБ.*

*Авиатада Jasyл Juma ♥*  
*27 қарашада бүкіл әлемде black friday (қара жұма) басталады, ал бізде — жасыл жұма болады!*  
*Біздің арнайы ұсыныс туралы бірінші болып біліңіз — профиль тақырыбындағы сілтемеге өтіп,*  
*өз поштаңызды қалдырыңыз.*  
*27 қарашада бізден хат күтіңіздер 😊 (Aviata, 2022).*

Қазақ дүниетанымында жасыл түстің өзіндік алар орны бар. Біріншіден, жасыл түс—ислам дінінің символы. Екіншіден, психологиялық жақтан жасыл түс «Мен» деп өзіне жоғары баға берушілікті білдіреді. Сондықтан, өз қызметтерін жарнамалауда «Жасыл Жұма» лексемасын қолдану, компанияның жергілікті мәдениетті құрметтегені деп түсінуге болады. Екінші суретте Авиата компаниясының көше билбордтары мен Инстаграмда қолданылған жарнамасын көруге болады. Компанияның пост-мәтіндеріне қалдырылған адрессаттар пікірінен де жасыл жұма сөзінің құлаққа жағымды естілетіндігі туралы оң пікірлер қалдырылған. Демек, авиакомпания өз маркетингтік тактикасын ұтымды түрде жүзеге асырды. Пост-мәтінде: «бүкіл әлемде black friday (қара жұма) басталады, ал бізде — жасыл жұма болады» болады деп жарнамалауы тапқырлық деуге әбден болады. Аталмыш тактика Авиата компаниясы жарнамасының мазмұндық сапасын салыстырмалы түрде жоғары деңгейде тұрғандығын көрсетеді. Авиата компаниясының барлық пост-мәтіндері визуалды түрде ұсынылғандықтан, оқырмандар назарын аударады.





**2-сурет** – Aviata.kz компаниясының жеңілдіктерді жарнамалау визуалды контенті

«Kaspi Жұма» акциясы отандық жарнамалық медиа дискурста алғаш рет 2017 жылы іске қосылды. Kaspi банк тұтынушылары тауарларды 24 айға, артық төлемсіз және алдын ала төлемсіз алу мүмкіндігіне ие болып отыр. Бүгінгі күні еліміздегі тұтынушылардың көпшілігі аталмыш акцияны асыға күтеді. Kaspi банк осындай тамаша акцияны «Kaspi Жұма» акциясы деп жарнамалауы сәтті тактика. Біріншіден, жарнамада ешқандай жағымсыз коннотация байқалмайды. Екіншіден, жарнамадағы 0 теңге және 0 пайыз тұтынушылардың назарын бірден өзіне аударып тұр. Үшіншіден, тұтынушылар үйде отырып ақ, Kaspi.kz мобильді қосымшасын қолдану арқылы қалаған тауарына тапсырыс беріп, дүкен қызметкерлері тауарды тұтынушылардың үйіне де жеткізіп береді.

*4, 5, 6 қарашада бүкілхалықтық тиімді зат сатып алу мерекесі – Kaspi Жұма өтеді. Kaspi.kz-тегі Магазиннен және бүкіл Қазақстан бойынша серіктестерден кез келген тауарды құнын 24 айға дейін бөліп төлеп, сатып ала аласыз!*

*Kaspi.kz-нен шопинг көңіліңізден шықсын! (Kaspi.kz.,2022).*

Үшінші суретте Каспи банктың қарастырып отырған концепті жарнамалау мазмұны ұсынылған. Аталмыш жарнама отандық жарнама дискурсында алтыншы жыл қолданыста. Бұл көрсеткіш де тұтынушылардың бойында аталмыш банкке деген тұтынушылардың сенімділігін арттыра түседі. «Kaspi Жұма» отандық нарықта бүгінгі күні алдыңғы орында тұрған жарнамалардың бірі және бірегейі. Лингво-прагматикалық қырынан талдайтын болсақ, «Kaspi Жұма» латын қарпі мен қазақ алфавитін кіріктіре отырып жазылуы және қызыл түстің аттрактивті әлеуеті адресаттар назарын аударуға бағытталған имплицитті құрал. Қызыл түс жарнама дискурсында уақыты шектеулі болатын жеңілдіктер мен акцияларға назар аудару үшін қолданылады. Әлбетте, ұтымды персуазивті тактика.

**KASPI ЖҰМА 0 ₸ | 0 % | 24**

**3-сурет** – «Kaspi Жұма» акциясының жарнамалық контенті

Келесі төртінші суреттегі жарнамадан еліміздегі тұрғын үй кешенін салушы RAMS Qazaqstan компаниясының жеңілдіктер акциясын Инстаграм парақшасында «RAMS Friday» деп жарнамалағандығын көруге болады. Мысалы, *RAMS Friday - барлық пәтерлерге 18%-ға дейін жеңілдіктер!*

*Төмен бағамен тұрғын үй сатып алудың бірегей мүмкіндігін ұсынамыз! Бұл акция RAMS Qazaqstan құрылыс салушының тұрғын үй кешендерінің барлық пәтерлеріне жарамды.*

*Nomad 2, Navoi 3.0, RAMS City - дамыған сыртқы инфрақұрылымы бар жерде бүкіл отбасы үшін ерекше жайлылықты табуға мүмкіндік береді (Rams Qazaqstan, 2022)*



#### 4-сурет – RAMS Qazaqstan компаниясының жеңілдіктер акциясының контенті

Бұл жерде адресант әрине ұтымды тактика таңдай білген. «Қара Жұма» лексемасын қолданбай мәдени адаптация ретінде «RAMS Friday» лексемасын қолданған (Rams . Біріншіден, ағылшын тілін білетін адресаттар үшін жарнаманы түсіну қиындық туғызбайды. Қазіргі таңда жаңа үй сатыр алушы адресаттардың басым бөлігі-жас буын. Екіншіден, RAMS Qazaqstan компаниясы сапалы тұрғын үй кешенін салушылардың арасында көсбасшы. Сондықтан сапалы үй салатын компанияның жеңілдіктеріне ие болу, әрбір тұтынушы үшін үлкен мүмкіндік. Жұма күні барлық пәтерлерге жеңілдіктер жарияланатындығы тұтынушылар назарын әлбетте аударады, яғни ұтымды маркетингтік тәсіл. Сонымен қатар, жарнамадағы қара түстің басым қолданысы бизнесте талғампаздық, тұрақтылық, элиталық брендті көрсетеді.

Технологияның қарқынды дамып тұрған кезінде Инстаграм парақшалары арқылы алуан түрлі тауарлар мен қызмет түрлерін онлайн жарнамалау да маркетингтік мәдениеттің бір түріне айналып үлгерді. Мақала жазу барысында сондай бір парақшалардың біріне тап болдым. Бесінші суретте Pakhlava\_uka (Pakhlava\_uka, 2023) атты акаунттың Инстаграм парақшасында қолдан пісірілген, дәмі тіл үйіретін түріктің баклаवासын жарнамалауда адресант «Тәтті Жұма» жеңілдігіне үлгеріңіздер деп жарнамалағанына тап болдым. «Жұма» концептісінің дәмді тағамды жарнамалауда адресант тарапынан «Тәтті Жұма» лексемасын қолдануы адресаттарға сөзсіз жағымды әсер етеді. Жұма сөзі қазақ лингвомәдениеттануында адресаттарға тек жағымды мазмұнда болғанда ғана прагматикалық жағынан толық әсер ету деңгейі үлкен.

Facebook әлеуметтік желісінде де кейбір компания бөлімдері өз қызметкерлеріне «Тәтті Жұма» акциясын ұйымдастыратын кездері болатыны байқалды. Көптеген ислам дінін ұстанатын мемлекеттерде жұма күні қайырымдылық іс-шара ұйымдастыру, мешітке бару, тәтті тарату секілді іс-шаралар ұйымдастырылатынын білеміз. Осындай «Тәтті Жұма» іс-шаралары да компания қызметкерлерін біріктіріп, компания қызметкерлерінің командалық рухын шыңдай түседі. Соңғы кездері оқу орындарында студенттер арасында да осындай «Тәтті Жұма» іс-шарасы ұйымдастырылады. Әрине мұндай іс-шаралар студенттер арасындағы ынтымақтастықты, ұйымшылдықты, коллаборацияны дамытады. Олай болса, әлемнің тілдік суретінде «Тәтті Жұма» лексемасын қолдану да жарнама дискурсының оңтайлығын арттыра түсетіні анық. Жағымды коннотациялық мазмұн адресант пен адресаттар арасындағы коммуникацияның сәттілігіне әкеледі.



**5-сурет** – «Тәтті Жұма» жарнамасының визуалды контенті

Алматы қаласында италяндық аяқ киімдер сататын дүкендер желісінің Инстаграм парақшасында сондай бір жеңілдіктер күнін «AIT ZHUMA» деп жариялапты. Алтыншы суретте сол жарнама орыс тілінде ұсынылған. Мысалы, *Праздник шопинга, который вы ждали целый год! С 25 по 27 ноября во всех наших магазинах мы объявляем AIT ZHUMA – скидки от 30% и выше на всю новую коллекцию!* (Ait outlet, 2022). Бұл жарнамада да адресант «Black Friday» лексемасын мақсатты түрде «Ait Zhuma» лексемасымен алмастырған. Инстаграм парақшаларында көптеген компаниялар жарнамасының мемлекеттік тілде емес, орыс тілінде жарнамалаулары басымдылыққа ие екені байқалды. Алдымен, қандай жарнама түрі болмасын, мемлекеттік тілде жазылуы жөн. Жарнама берушілер мақсатты аудиториясының қызығушылығы мен талап-тілектерін адресаттар пікірлерін талдау арқылы оңай анықтайды. Әрине, бұл да жарнама беруші компанияның өзіндік шебер маркетингтік тәсілі.



**6-сурет** – «Ait Zhuma» жарнамасының визуалды контенті

«Black Friday» концептісін лингвопрагматикалық аспектісі тұрғысынан талдау барысында көптеген кәсіпкерлер мен танымал компаниялардың «Black Friday» лексемасын алдымен компания немесе банк атауын жазып, оған жұма сөзін қосу арқылы жарнамалап жүргендігі анықталды. Мысалы, Kaspi Жұма, Ait Zhuma, Rams Friday. Бұл тактика да ойға қонымды, адресаттарға психологиялық-менталдық тұрғыдан оң әсер ететіні күмән тудырмайды. Күмістен жасалған зергерлік бұйымдар сатумен айналысатын бутик қызметкерлерінің «Ақ Жұма» деп жарнамалық флаерларын үлкен сауда үйінде таратып жүргенін көргенім бар еді.

Келесі жетінші суреттегі жарнамалық мазмұн еліміздегі техника тауарларын сатумен айналысып жүрген отандық танымал «Технодом» дүкендер желісі мен «Золотое яблоко» косметикалық тауарлар сататын дүкендер желісінің жеңілдіктер күніне арнаған жарнамасы.





7-сурет – Жарнама дискурсындағы «Black Friday» жарнамасының визуалды көрінісі

Мысалы, Технодом дүкендер желісінің Инстаграм парақшасында осындай жеңілдіктерді төмендегідей жарнамалаған: *«Technodom-да Black Friday: керемет техника мен тауарларға 80% дейін жеңілдіктер! Көптен бері смартфонныңды жаңартқың келіп жүр ме еді? Әлде ноутбугіңді ме? Сен үшін жақсы жаңалық! 21-30 қараша аралығында мобильді қосымшадан, technodom.kz сайтынан және бөлік сауда дүкендерімізден қалаған тауарларыңды сатып ал. 18 айға бөліп төлеу мүмкіндігін пайдалануды ұмытпа - сауданы бүгін жасап, ертең төле. Жеңілдігі бар барлық тауар technodom.kz-те ұсынылған (Technodom.kz., 2022) (жарнама өзгеріссіз алынды).*

«Золотое яблоко» косметикалық дүкендер желісі аталмыш жеңілдіктер күнін жарнамалаған екі түрлі вербалды контенті кездесті. 1) *«Неліктен біз 25.11 қатты күттік? Себебі бүгін BLACK FRIDAY 🍏*

*Бүгін бізде өнімдерінің әртүрлі санаттарына -70% - га дейін жеңілдіктер жүреді 😊 Және осыған орай біз ең жақсы бағалармен бестселлерлердің таңдаулыларын жасадық: ♥ Angel Schlessor Les Eaux D ' un Instant Immense Peony uіccуy 45 632 T 📞 22 816 T, 100 мл»*

2) *Алақай — ақыры Black Friday-ды -70%\* дейін жеңілдіктермен іске қостық. Науқан 1-30 қараша аралығында онлайн және офлайн режимінде жұмыс істейді. Ескерту: ЗЯ-дағы «жұма» дүкенінен шығу мүмкін емес. Осы айда бір-бірімізді үнемі көруге тура келетін сияқты, өйткені апта сайын жаңа жеңілдіктер мен акциялар іске қосылады! Біз саған бәрін толығырақ айтып береміз, сондықтан жаңартуларды қадағалап отыр, сүйікті өнімдеріңді алып үлгер және жаңа өнімдерді мүмкіндігінше қолданып көр! (Goldapple.kz., 2022).*

Жоғарыдағы екі жарнамалық контент капс лок қаріпімен, яғни «қара жұма» лексемасы ағылшын тілінде үлкен әріптермен жазылған. Жарнамада қанық ашық түстер қолданылған. Technodom-да Black Friday және *Неліктен біз 25.11 қатты күттік? Себебі бүгін BLACK FRIDAY* сөйлемдері ағылшын тілін білетін және ұлттық құндылықтарды сыйлайтын тұлғаларға жағымсыз коннотация. Бұл имплицитті түрде әсер етуге бағытталған коммуникативті тактика. Жарнама пост-мәтінінің астында қалдырылған адресаттар пікірлерінен «Black Friday» орнына *Золотое Яблоко, белая пятница* деп атауды ұсынған.

abilzhanova dinara

*Еще назвали страницу Золотое Яблоко можно было назвать Золотое пятница (адресаттар пікірі өзгертусіз алынды).*

abilzhanova dinara

*Почему черная пятница можно было бы назвать белая пятница либо священная пятница (адресаттар пікірі өзгертусіз алынды).*

Жарнама дискурсында адресаттар мен адресанттар арасындағы коммуникация әдетте бір бірінің пікіріне кері байланыс арқылы, яғни пікір қалдыру арқылы жүзеге асады. Сондықтан



адресаттардың пікірлерін саралап, олардан ой қорытып, қорытынды жасау жарнама берушілердің құзыреттілігіне кіреді. Нарықтық экономика жағдайында әрбір тұтынушының тілегі назарға алынғаны жөн.

### Қорытынды

Қорытындылай келе, халқымыздың лингвомәдениеттануында ерекше күндердің бірі болып саналатын «жұма» концептісінің бүгінгі жарнама дискурсында мәдени адаптацияны назарға ала отырып қолдану керек деп түйіндеген жөн. Бұл біріншіден, жергілікті халықтың салт-дәстүріне деген құрмет болса, екіншіден, сатылым акцияларында «жомарт жұма», «берекелі жұма» секілді баламаларды қолдану арқылы сөзсіз адресаттардың құрметіне бөленер еді. Жарнама дискурсында қолданылып жүрген адресаттарға жағымсыз әсер ететін жарнамалардың мазмұны, визуалды келбетін оқырмандар пікірлерін талдау барысында айқын көрінді. Осы уақытқа дейін баспасөз беттерінде де «қара жұма» түсінігіне арналған мақалалар жарық көрді. Отандық кәсіпкерлер осы бір танымал американдық маркетингтік тактиканы өздеріне икемдеп алды. Дегенмен, жарнама берушілер мәдени адаптация-локализация үрдісін үнемі назарға алулары керек. Локализация құбылысы орын алғанда ғана, сол елдің мәдениетіне нұқсан келмейді. Солтүстік Америкадан шыққан аталмыш концептіні тілі бір болса да Британия мәдениеті қабылдамады. Мәдениетімізге жат концептілерді өзге мәдениеттен көшіріп алып, сол күйінде қолданысқа енгізу тілдік нормамызға кері әсерін тигізетінін естен шығармаған дұрыс.

*Мақала ҚР ҒЖБМ Ғылым комитеті ЖТН BR18574132 «Мәдени-репрезентативті және жарнама мәтіндерінің ішкорпустарын әзірлеу» атты бағдарламалық-нысаналы қаржыландыру аясында жарияланды.*

### Әдебиеттер

- Vaughan Don. (2020) Why Is It Called Black Friday?. Encyclopedia Britannica. [Электронды ресурс]. URL: <https://www.britannica.com/story/why-is-it-called-black-friday> (қаралған күні 09.02.2023)
- Құрманбайұлы Ш., Исақова С., Мизамхан Б. (2019) Қазақ тілінің кірме сөздер сөздігі. – Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» қоғамдық қоры. – 2019. – 596 б.
- Болдырев Н.Н. (2002) Языковые механизмы оценочной категоризации // Реальность, язык и сознание: Междунар. межвуз. сб. науч. тр. – Тамбов, 2002. – С. 360–369.
- Qazaqgrammar. (2020) Қара жұма [Электронды ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/p/CIFGdJLHYsp/> (қаралған күні 03.02.2023)
- Aviata.kz. (2022) Jasyl juma [Электронды ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/p/CIxm1RUKjYd/> (қаралған күні 02.02.2023)
- Kaspi.kz. (2022) Күзгі Каспи Жұма [Электронды ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/p/CkS2zX3OQ-w/> (қаралған күні 08.02.2023)
- Rams Qazaqstan. (2022) Rams Friday [Электронды ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/p/CkizeNbohDY/> (қаралған күні 05.02.2023)
- Pakhlava\_uka. (2023) Тәтті жұма [Электронды ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/p/CIW2b7qr3yw/> (қаралған күні 05.01.2023)
- Ait outlet. (2022) Ait Zhuma [Электронды ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/p/CIYAAyiNNRX/> (қаралған күні 05.01.2023)
- Technodom.kz. (2022) Black Friday [Электронды ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/p/CITIPGQo7Zx/> (қаралған күні 07.01.2023)
- Goldapple.kz. (2022) Black Friday [Электронды ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/p/CkckVwagAyb/> (қаралған күні 07.01.2023)

### References

- Vaughan Don. (2020) Why Is It Called Black Friday? [Electronic resource]. URL: <https://www.britannica.com/story/why-is-it-called-black-friday> (accessed date 09.02.2023)
- Qurmanbayuli S, Isaqova S., Mizamqan B. (2019) Qazaq tiliniñ kirme sözder sözdigi [Kazakh language dictionary of borrowings]. – Алматы: «National Translation Bureau public fund», 2019. – 596 p. (in Kazakh)
- Boldyrev N.N. (2002) Yazykovyye mekhanizmy otsenochnoy kategorizatsii [Language mechanisms of evaluative categorization] // Realnost, yazyk i soznaniye: Mezhdunar. mezhvuz. sb. науч. tr. – Tambov, 2002. – S. 360–369. (in Russian)
- Qazaqgrammar. (2020) Qara juma [Black Friday]. [Electronic resource]. URL: <https://www.instagram.com/p/CIFGdJLHYsp/> (accessed date 03.02.2023) (in Kazakh)
- Aviata.kz. (2022) Jasyl juma [Green Friday]. [Electronic resource]. URL: <https://www.instagram.com/p/CIxm1RUKjYd/> (accessed date 02.02.2023) (in Kazakh)

- Kaspi.kz. (2022) Kūzgi Kaspi Juma [Autumn Kaspi Friday]. [Electronic resource]. URL: <https://www.instagram.com/p/CkS2zX3OQ-w/> (accessed date 08.02.2023) (in Kazakh)
- Rams Qazaqstan. (2022) Rams Friday [Electronic resource]. URL: <https://www.instagram.com/p/CkizeNbohDY/> (accessed date 05.02.2023) (in Kazakh)
- Pakhlava\_uka. (2023) Тәтті жұма [Sweet Friday]. [Electronic resource]. URL: <https://www.instagram.com/p/CIW2b7qr3yw/> (accessed date 05.01.2023) (in Kazakh)
- Ait outlet. (2022) Ait Zhuma [Ait Friday]. [Electronic resource]. URL: <https://www.instagram.com/p/CIYAAyiNNRX/> (accessed date 05.01.2023) (in Russian)
- Technodom.kz. (2022) Black Friday [Electronic resource]. URL: <https://www.instagram.com/p/CITIPGQo7Zx/> (accessed date 07.01.2023) (in Kazakh)
- Goldapple.kz. (2022) Black Friday [Electronic resource]. URL: <https://www.instagram.com/p/CkckVwagAyb/> (accessed date 07.01.2023) (in Kazakh)