

АБЫЛАЙ ХАН АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАР ЖӘНЕ
ӘЛЕМ ТІЛДЕРІ УНИВЕРСИТЕТИ
КАЗАХСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И МИРОВЫХ
ЯЗЫКОВ ИМЕНИ АБЫЛАЙ ХАНА
KAZAKH ABLAI KHAN UNIVERSITY OF INTERNATIONAL RELATIONS AND
WORLD LANGUAGES



«Аударматану және филология саласындағы мәдениаралық қарым-қатынас
мәселелері»
VII студенттік ғылыми-практикалық конференцияның мақалалар

ЖИНАФЫ

СБОРНИК

статьей VII студенческой научно-практической конференции
«Вопросы межкультурной коммуникации
в переведоведении и филологии»

CONFERENCE PROCEEDINGS

of the 7th student theoretical and practical conference
“The Issues of Intercultural Communication in Translation Studies and Philology”

Алматы 2021

**АБЫЛАЙ ХАН АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАР ЖӘНЕ
ӘЛЕМ ТІЛДЕРІ УНИВЕРСИТЕТИ**

**КАЗАХСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И
МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ ИМЕНИ АБЫЛАЙ ХАНА**

**KAZAKH ABLAI KHAN UNIVERSITY OF INTERNATIONAL RELATIONS AND
WORLD LANGUAGES**



АБЫЛАЙ ХАН АТЫНДАҒЫ
ҚАЗАҚ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАР
ЖӘНЕ ӘЛЕМ ТІЛДЕРІ УНИВЕРСИТЕТИ



KAZAKH ABLAI KHAN UNIVERSITY
OF INTERNATIONAL RELATIONS AND
WORLD LANGUAGES

**«Аударматану және филология саласындағы мәдениаралық қарым-қатынас мәселелері»
VII студенттік ғылыми-практикалық конференцияның мақалалар**

ЖИНАҒЫ

* * *

СБОРНИК

статьей VII студенческой научно-практической конференции
«Вопросы межкультурной коммуникации в переведоведении и филологии»

* * *

CONFERENCE PROCEEDINGS

of the 7th student theoretical and practical conference
“The Issues of Intercultural Communication in Translation Studies and Philology”

УДК 81'25
ББК 81.2-7

Рекомендовано к изданию
решением Совета Факультета Перевода и Филологии КазУМОиМЯ им. Абылай хана
(Протокол №6 от 10.02.2021)

Главный редактор:

Мизамхан Б.М. – декан факультета перевода и филологии КазУМОиМЯ им. Абылай хана

Редакционная коллегия:

Саймкулова Ш. О. – зав. кафедрой перевода и межкультурной коммуникации

Дінәсілова М. А. – зав. кафедрой синхронного перевода

Жампейіс Қ.М. – зав. кафедрой практики речи иностранных языков

Розиева Д.С. – зав. кафедрой практики речи иностранной филологии

Карибаева Б. Е. – зав. кафедрой теории иностранной филологии

Лян В.В. – ответственный преподаватель за НИРС кафедры перевода и межкультурной коммуникации

Амраева Р.Ш. – ответственный преподаватель за НИРС кафедры синхронного перевода

Байдылдаева А.К. – ответственный преподаватель за НИРС кафедры практики речи иностранных языков

Қалиева Ә.М. – ответственный преподаватель за НИРС кафедры практики речи иностранной филологии

Васильева Е.Я. – руководитель НИРС факультета перевода и филологии и ответственный преподаватель за НИРС кафедры теории иностранной филологии

Сборник статей VII студенческой научно-практической конференции «Вопросы межкультурной коммуникации в переводоведении и филологии». Алматы, 1 февраля 2021/ под ред. Б.М. Мизамхан – Алматы: Абылай хан атындағы ҚХҚЖӘТУ, 2021.-274стр.

Сборник включает результаты научно-исследовательской работы студентов факультета перевода и филологии КазУМОиМЯ им. Абылай хана по двум основным направлениям: «Лингвокультурология и межкультурная коммуникация как интерпретационная платформа перевода» и «Когнитивные лингвокультурологические и прагмафункциональные аспекты современной лингвистики и литературоведения».

МАЗМУНЫ СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

1-СЕКЦИЯ РАЗДЕЛ 1 SECTION 1

**ЛИНГВОМӘДЕНИЕТТАНУ ЖӘНЕ МӘДЕНИАРАЛЫҚ ҚАРЫМ-ҚАТЫНАС АУДАРМАНЫҢ
ИНТЕРПРЕТАЦИЯЛЫҚ ПЛАТФОРМАСЫ РЕТИНДЕ**

**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК
ИНТЕРПРЕТАЦИОННАЯ ПЛАТФОРМА ПЕРЕВОДА**

**LINGUACULTURAL STUDIES AND INTERCULTURAL COMMUNICATION AS AN
INTERPRETING PLATFORM OF TRANSLATION**

| | |
|---|-------|
| Алибаев Ж. Ғылыми-техникалық тақырып нұсқаулығының ағылшын тілінен қазақ тіліне аударудың ерекшеліктері | 6-8 |
| Амангелдіқызы І. Жоғары технологиялар саласына қатысты ағылшын тіліндегі дердегі ғылыми-техникалық терминдерді қазақ тіліне аударудағы қыындықтар | 8-11 |
| Ахмерова Д. Features of the translation of the detective genre (based on the material of Agatha Christie's detective "Murder on the Orient Express") | 11-15 |
| Байдалина А. Specificity of translation and adaptation of educational videos and texts from English into Kazakh | 15-18 |
| Бақыт А. Е. Linguistic and grammatical specifics of translation of newspaper from English to Kazakh | 18-22 |
| Бакытқызы Э. Аударма кезінде мәтіннің лингвомәдени бейімделуі: мүмкін және мүмкін болатын шектер (қазақ тіліндегі ертеғілер мәтінін ағылшын тіліне аударғандағы бейімдеу) | 22-25 |
| Басжигитова С. Identification of linguoculturological features of the translation of journal articles on the topic of "Education" from English to Russian language | 26-29 |
| Бекбосынова Ш.С. Ағылшын тілінен қазақ тіліне медиа дискурс контекстіндегі аударма тәуекелдері мен аудармадағы сәйкесіздіктерді талдау | 29-31 |
| Бектемир А.Т. Прагматические особенности перевода проектной документации в сфере строительства на казахский язык | 32-34 |
| Боранбайқызы А. Особенности перевода рекламных текстов в сфере туризма с английского на русский язык | 34-38 |
| Вахапова С. Specifics and features of the translation of the work of art "Twelve Chairs" | 38-42 |
| Ветер Н. Main problems of modern translation industry | 42-46 |
| Гапарова И. И. Жанрово-стилистические особенности перевода технических текстов в IT сфере | 46-49 |
| Данебек А.К. Лексико-грамматические проблемы перевода с английского на русский | 50-54 |
| Дошым Ж. Comparative analysis of tourist discourse texts in a pair of English-Russian languages | 55-59 |
| Ералиева А.Е. The role of translation for humanity. Cultural and linguistic barriers | 59-62 |
| Ерболатова Г.А. Перевод рекламных слоганов в аспекте когнитивной и прагматической лингвистики | 62-65 |
| Жакова В.И. Прагматическая специфика перевода рекламных текстов в сфере туризма | 65-70 |
| Женісбек М. Цифрлы қофам дәүіріндегі машиналық аударма (орыс-қазақ, қазақ-орыс «СӨЗДІК» онлайн аудармашы негізінде) | 70-73 |
| Журсинбайқызы А. Сопоставительный анализ языка и культуры в переводе журнальных текстов с английского на казахский язык | 73-77 |
| Игісін Д. Особенности перевода англоязычных художественных фильмов | 77-81 |
| Кайназарова А. Особенности стилистических приемов перевода общественно-политических текстов с английского на русский | 81-85 |
| Қайрат Ф. Шетілдік журналдарда неологизмдерді ағылшын тілінен қазақ тіліне аудару кезінде аудармашылы неологизмдер мен сәйкесіздіктерді талдау | 85-90 |

| | |
|--|---------|
| Кемелбекова Ж.Ф. Особенности перевода текстов кулинарной тематики | 90-93 |
| Краскова В. Медицинские термины и особенности их перевода | 93-96 |
| Кудрявцева А.А. Особенности перевода документации по транспортировке и складированию продовольственных и непродовольственных товаров | 96-101 |
| Макен кызы А. Специфика перевода компьютерной терминологии с английского на русский язык | 101-105 |
| Маннапова М. Specificity of translating scientific texts | 106-110 |
| Матаева А. Translation strategies of tourism discourse text from English into Russian | 110-113 |
| Мерекенев Д. Тонкости перевода | 113-117 |
| Муканова А. Лексико-семантические аспекты перевода английской терминологии одежды и моды | 117-120 |
| Мулява А. Д. Специфика языка трудов Юджина Найда и особенности его перевода с английского на русский язык | 120-125 |
| Несіпәлі Г. Б. Көркем мәтіндерді аудару ерекшелігі (Дж. К. Роулингтің «Хэрри Поттер және жасырын бөлме» әдеби шығармасы негізінде) | 125-128 |
| Нұрсала Н. Қазақ тіліндегі жарнамалардың аударма барысындағы қолданысы | 128-132 |
| Раптаева З. Переводческие несоответствия и риски в сфере бизнес дискурса с английского на русский язык | 132-136 |
| Репина Е. Translation difficulties in food microbiology | 136-138 |
| Рыспекова А. Ресми іскери құжаттардағы кейбір терминология мәселелері | 138-140 |
| Сәулебек А. Құқықтық құжаттаманың ағылшын тілінен қазақ тіліне аудару ерекшелігі | 140-142 |
| Сабитова Ж. Peculiarities of simultaneous interpretation in the field of diplomacy | 143-147 |
| Сақыбек А.С. Ғылыми және техникалық мтіндерді ағылшын тілінен қазақ тіліне аудару ерекшеліктері | 147-150 |
| Сапрыгина А. Лингво-культурологическая специфика перевода общественно-политических текстов | 150-154 |
| Талап А. Қазақ тіліндегі іс қағаздарын дамытудағы аударманың рөлі | 154-158 |
| Тастанова Р. Особенности научно-технического перевода в пищевой и перерабатывающей промышленности | 159-163 |
| Тен Д. Difficulties and features of translation of medical terms | 163-165 |
| Токсанбай А. Peculiarities of translation of marketing texts from English into Kazakh | 165-169 |
| Төлеутай А. The translation principles of Neologisms | 170-174 |
| Торежанов Н. Significance of translation in political processes | 174-178 |
| Тулегенова А.М. The theoretical basis of research of “The translation challenges of Phraseological units” | 178-181 |
| Хаирова Г. Challenges of translating idioms in the journal articles on the topic of “Travelling” | 182-187 |
| Шаймерденова М.А. Специфика перевода технической документации с русского на английский язык | 187-191 |
| Шаймухамбет А. Specifics of translation of economic articles from English into Kazakh | 191-193 |
| Эсгалиева А. Лингвокультурные особенности перевода делового дискурса | 193-198 |
| Яхия А. Особенности перевода юридических текстов | 198-202 |

2-СЕКЦИЯ РАЗДЕЛ 2 SECTION 2

**ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ ЛИНГВИСТИКАНЫң ЖӘНЕ ӘДЕБИЕТТАНУДЫҢ КОГНИТИВТІ
ЛИНГВОМӘДЕНИ ЖӘНЕ ПРАГМА-ФУНКЦИОНАЛДЫ АСПЕКТИЛЕРІ**

**КОГНИТИВНЫЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ И ПРАГМА-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ
АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ**

**COGNITIVE LINGUACULTURAL AND PRAGMATIC-FUNCTIONAL ASPECTS OF
CONTEMPORARY LINGUISTICS AND LITERATURE STUDIES**

| | |
|--|---------|
| Айдарбек А.Р. Суггестивная лингвистика и её эффекты воздействия на подсознание человека | 202-206 |
| Амандық Г. Cognitive aspect of advertising discourse | 207-210 |
| Аманжан Н. Stylistic analysis of English business documentation | 210-213 |
| Амруллаева Ш.Ф. The language of advertisements and discourse analysis of the slogans of domestic companies | 213-216 |
| Бостан Ә. Уильям Шекспирдің ағылшын тілінің сөздік қорына қосқан ұлесі | 217-219 |
| Ергешова М. Роль языка в межкультурной коммуникации | 219-222 |
| Калиева М. Актуальные проблемы культуры речи в современном обществе | 222-225 |
| Кемелбекова А.Ж. Бейне мазмұн шет-тілдік карым-қатынасты менгерудің тиімді құралы | 225-229 |
| Кулагина В. Выражение эмоций посредством голоса, эмоциональная выразительность и экспрессивность речи в жизни и в политической сфере | 229-233 |
| Кумысбек Г. Functional features of media discourse in Kazakhstan | 233-236 |
| Манкеева А., Жолан С., Курбан А. Le texte artistique, ses particularités et ses difficultés en cours de traduction | 236-241 |
| Махмудова Д. Political correctness. Politically correct terms | 241-245 |
| Разбекова А. Problems of transition to distance learning | 245-248 |
| Сарсембаева Н.Г. Using the mass media in teaching listening in college | 248-252 |
| Сеилбекова А. Allegory and Symbolism of Numbers and Colors of Medieval English Literature | 252-254 |
| Смагулова А. Language and Culture: Intercultural Communication | 255-258 |
| Сойыргаз Ф. Business English and common vocabulary in modern language | 258-262 |
| Туралханова А. Отражение национально-культурного своеобразия и исторического прошлого в лексике британского английского языка | 262-265 |
| Умирбекова М. Н. Neologisms as a phenomenon of sociolinguistics | 265-268 |
| Федорова К. Психологические проблемы дистанционного обучения. Последствия дистанционного обучения | 268-269 |
| Цой Е. Особенности речи авторов блога | 270-273 |

1-СЕКЦИЯ РАЗДЕЛ 1 SECTION 1

**ЛИНГВОМӘДЕНИЕТТАНУ ЖӘНЕ МӘДЕНИАРАЛЫҚ ҚАРЫМ-ҚАТЫНАС АУДАРМАНЫҚ
ИНТЕРПРЕТАЦИЯЛЫҚ ПЛАТФОРМАСЫ РЕТИНДЕ**

**ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ИНТЕРПРЕТАЦИОННАЯ
ПЛАТФОРМА ПЕРЕВОДА**

**LINGUACULTURAL STUDIES AND INTERCULTURAL COMMUNICATION AS AN INTERPRETING
PLATFORM OF TRANSLATION**

УДК

Алибаев Ж.

КазУМОиМЯ имени Абылай хана
«5B020726-Переводческое дело»
Алматы, Казахстан
e-mail: jack.ali.inc@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ИНСТРУКЦИИ НАУЧНО -ТЕХНИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

В данной статье рассматриваются риски и противоречия перевода с английского на казахский в контексте обучения, а также изменения коммуникационных технологий в текущей ситуации.

Ключевые слова: управлять, рекомендация, информация, технология, наука, система, документ, формальный стиль.

Алибаев Ж.

Абылай хан ат. ҚазХҚжӘТУ
Мамандық: “5B020726-Аударма ісі”
Алматы, Қазақстан
e-mail: jack.ali.inc@gmail.com

**ҒЫЛЫМИ-ТЕХНИКАЛЫҚ ТАҚЫРЫП НҰСҚАУЛЫҒЫНЫҚ АҒЫЛШЫН ТІЛІНЕН ҚАЗАҚ ТІЛІНЕ
АУДАРУДЫҢ ЕРЕКШЕЛЕКТЕРИ**

Бұл мақалада ағылшын тілінен қазақ тіліне нұсқаулық контекстіндегі аударма тәуекелдері мен қарама-қайшылықтары, сонымен қатар коммуникациялық технологиялар қазіргі жағдайдың өзгергерістері қарастырылады.

Кілт сөздер: басқару, нұсқаулық, ақпарат, технология, ғылым, жүйе, құжат, реєсми стиль.

Техникалық мақалалар мен техникалық паспорттарды аударумен қатар, техникалық нұсқаулықтарды аудару соңғы уақытта аударма қызметтері нарығында ерекше сұранысқа ие ғылыми-техникалық аударманың ерекше жағдайы болып табылады.

Біріншіден, аударма қызметінің осы түріне деген қызыгуышылықтың жоғарылау себептерін көрсету қажет. Мұндай өнімді әкелу кезіндегі отандық заңнаманың талаптары жеткізуілерді тауарға арналған барлық құжаттаманы (оның ішінде техникалық құжаттарды, пайдалануыш нұсқаулықтарын және әртүрлі нұсқаулықтарды) қазақ тілінде ресімдеуге мәжбүр етті. Бұл талаптар бүгінгі күні де өзгерген жоқ, ал импортталатын жабдықтың көлемі техникалық нұсқаулықтарды аудару бойынша қызметтер спектрін қайта қарастыруға және оны жеке бағытқа бөлуге мәжбүр етті.

“Басқару” деген сөз латынының *instructio*, “құрылғы, нұсқаулық” дегенді білдіреді. Бұл кез-келген жұмысты орындау, машинаны, құрылғыны немесе құрылғыны пайдалану ережелерінің жиынтығы, сондай-ақ кез-келген қызметті реттейтін заң актісі болуы мүмкін. Нұсқаулықта сонымен қатар жоғары органдар шығарған нормативтік актілерді орындау тәртібі мен шарттарын анықтайтын нормалар мен ережелер бар.

Бірнеше жылдар бойы нұсқаулық жанры өзіндік ерекшеліктерге ие болды, дегенмен кейір нұсқаларда мәтіннің басқа түрлерінің ерекшеліктері бар. Нұсқаулықтардың әртүрлі жіктелімдері бар, бірақ менің ойынша, негізгі белгілер түрғысынан ең қолайлы болып Алексеева ұсынған нұсқа табылады:

- тауарларға арналған тұтынушылық нұсқаулар (теледидар, велосипед, балалар тағамы және т. б.);
- дәрілік заттардың қысқаша сипаттамасы;
- ведомстволық нұсқаулықтар (құжаттарды толтыру ережелері және тұтынушының мінезд-құлық ережелері: кедендік декларация, өртке қарсы нұсқаулықтар және т. б.);
- лауазымдық нұсқаулық (қызметкердің белгілі бір лауазымдағы мінезд-құлық ережелері).

Нұсқаулық тұтынуышылардың құқықтарын қорғау үшін құқықтық құжат болып табылады. Белгілі бір құрылғыны сатқан кезде сатушы сатып алушыга орыс тіліндегі нұсқаулықты, кепілдік талонын және т.б. ұсынуы керек. Егер құрылғыны жөндеу мүмкін болмаса, сатып алушыга сапасыз тауарлар үшін ақша қайтарылады. Алайда, егер осы құрылғы үшін нұсқаулар сақталмаса, кепілдік жойылады және жарамсыз болады.

Нұсқаулық аудармаларының сапасын арттыру үшін нұсқаулықтарды аударуда қателіктеге әкелетін аударма қындықтарын түсіну және мүмкіндігінше шешу қажет. Алайда, теориялық базаны құрмай нұсқаулықтарды аудару сапасын жақсарту мүмкін емес.

Басқа сөйлеу стильдері сияқты, ресми бизнес стилі де осы стильге, заңдылықтарға және тілдік сипаттамаларға ортақ белгілі бір коммуникативті мақсаттарға ие. Ресми іс стилі - бұл әртүрлі жанрдагы құжаттардың стилі: халықаралық көлісімдер, заңдар, қауылар, жарғылар, нұсқаулықтар, ресми хат-хабарлар, іскери құжаттар және т. б.

Нұсқауларды аудару техникасы әр түрлі болуы мүмкін екеніне қарамастан, нұсқаулықтардың өздері бір-біріне оте үқсас, ең алдымен олардың құрылымы. Осылайша, стандартты Нұсқаулық әдетте бірқатар типтік бөлімдерден тұратын құжат болып табылады: өнімнің жалпы сипаттамасы, конфигурациясы, пайдалану шарттары, пайдалану шарттары, сақтық шаралары, сақтау ережелері және кепілдіктер. Құрылғыга арналған нұсқаулық сияқты құжатпен жұмыс жасағанды, оның ресми бизнес стиліне тән жалпы және маңызды ерекшеліктері бар екенін білу керек. Оларға мыналар жатады:

- шет тілін менгеру мүмкіндігін болдырмайтын дәлдік;
- тілдік стандарт.

Барлық осы ерекшеліктер тілдік құралдарды таңдауда көрінеді (лексикалық, грамматикалық, стилистикалық).

Нұсқаулардың жанр ретінде синтаксистік ерекшеліктері, олар, ең алдымен, осы байланыстың барлық пайдалануышыларының іскери мәтіндердің сыртқы формасын сақтауына дейін азаяды. Оларға өтініштің стандартты нысандары, сақтандыру құжаттары, хабарланырулар және әртүрлі дипломдар кіреді. Осыдан пайдалануышының мәтінінде мәтіннің негізгі қасиеттерімен – тұстастық пен байланыстылықпен байланысты композиция бар деп болжауга болады және белгілі бір логика бойынша мазмұн элементтерін топтастыру болып табылады, бұл мәтіннің функционалды көлеміне байланысты, оның жалпы тақырыбы мен авторлық мақсатына бағынады. Мысалы, Нұсқаулық мәтіні келесі тараулардан тұрады:

Description - Сипаттама

Safety recommendations - Қауіпсіздік техникасы бойынша ұсыныстар

Using your appliance for the first time - Құрылғыны бірінші рет пайдалану

The functions of your appliance - Құрылғының функциялары

Cleaning - Тазарту

What to do if your appliance does not work - Егер құрылғыңыз жұмыс істемесе не істейтін шаралар императивтілік пен ұсынысты жүзеге асыру келесідей.

Нұсқауларды аудару кезінде орындалуы керек ережелер:

1. Осы білім саласына тән терминология бірлігін сақтау, яғни техникалық терминдердің беделді көзі ретінде арнайы екі тілді және бір тілді түсіндірме сөздіктерді пайдалану.

2. Халықаралық бірліктер жүйесін басшылыққа алу және Халықаралық бірліктерімен қатар қолданылатын бірліктерді, сондай-ақ метрикалық жүйесін қолдану.

3. Ұйымдардың ресми атауларын, халықаралық шарттар мен конвенцияларды, тауар белгілерін және жалпы қабылданған ұлттық және халықаралық стандарттармен регламенттелетін басқа да лексикалық санаттардың бірліктерін қолдану.

4. Шетелдік фирмалардың, компаниялардың, монополиялардың, өнеркәсіптік объектілердің атауын транскрипциялау және оларды тырнақшаға салу, атаудың алдына «фирма», «компания», «акционерлік қоғам», «корпорация» деген жалпылама сез қойу.

Мысалы: *Thank you for choosing a product from the Samsung.* - Самсунг өнімін таңдағаныңыз үшін алғысымызды білдіреміз.

5. Фирмалардың атауын транслитерациялау (оларды латын тілінде жазу).

6. Қысқартуларды шешіп, оларды толығымен аудару.

Көрітындылай келе, Нұсқаулық сыртқы пайдалану құжаттарына қатысты және мамандардың кең аудиториясына арналған – тек мамандар ғана емес, сонымен қатар «компанияның

бет-бейнесін» білдіретін барлық адамдарға арналған, сондықтан оны жоғары деңгейде аудару керек.

Жоғарыда атап өткендерден нұсқауларды аударманың ең маңызды түрлерінің бірі ретінде аудару, аудармашыдан тек лингвистикалық сипаттағы гана емес, сонымен қатар аударма обьектісі мен оның ерекшелігін білудің тар салалық профилін де толық білуді талап етеді деп қорытынды жасауға болады. Лексикалық мәғыналардың дәлдігі, қисындылығы, лаконизмі, біркелкілігі және бірегейлігі және оларды білдіру әдістері маманның осы маңызды және қажетті құжаттағы қасиби жұмысының нәтижесі болады.

ӘДЕБІЕТ

1. Алексеева И. С. Кәсіптік оқыту: жазбаша және ауызша аударма бойынша нұсқаулық, 2011.
2. Гарбовский Н. К. Теория перевода. 2004.
3. Климзо Б.Н. Сөздік аударма. Аудармашылар журналы, 2004.
4. Пьянкова Т. М. ABC ғылыми-техникалық әдебиет аудармашысы, 1994.
5. Рецкер Я.И. аударма теориясы және аударма практикасы. Халықаралық қатынастар, 1974.

УДК 81'22

Amangeldikyzy I.,
4th grade student of Translation Studies of Ablaikhan
KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan
e-mail: inkarim1102@gmail.com

DIFFICULTIES IN TRANSLATING SCIENTIFIC AND TECHNICAL TERMS IN ENGLISH TEXTS RELATED TO THE FIELD OF HIGH TECHNOLOGIES INTO KAZAKH

The article deals with the actual issue of scientific texts translation and the difficulties that may arise. The paper describes the main features and peculiarities on grammatical, syntactic and lexical levels in translation of scientific and technical texts. The basic requirements for competent translation of specific texts to be satisfied are also described in the article. Accuracy of the translation of scientific and technical texts and documentation depends on consistency, validity, equivalence and adequacy. Knowledge of special vocabulary, terminology and abbreviations promotes accuracy and clarity of text transcription into the target language. Competent translation of such specific lexis collocations is also provided by the use of specialized dictionaries as well as adequate language equivalents used in the target language.

Keywords: translation of scientific and technical texts, accuracy, scientific style, equivalence and adequacy, term.

Амангелдікізы I.,
Абылай хан атындағы ҚазХҚЖӘТУ
Мамандық «5B020700-Аударма ісі»
4 курс студенті
e-mail: inkarim1102@gmail.com

ЖОҒАРЫ ТЕХНОЛОГИЯЛАР САЛАСЫНА ҚАТЫСТЫ АҒЫЛШЫН ТІЛІНДЕГІ МӘТИНДЕРДЕГІ ҒЫЛЫМИ-ТЕХНИКАЛЫҚ ТЕРМИНДЕРДІ ҚАЗАҚ ТІЛІНЕ АУДАРУДАҒЫ ҚЫЛДЫҚТАР

Мақалада ғылыми мәтіндерді аударудың өзекті мәселесі және туындаған қындықтар қарастырылады. Мақалада ғылыми-техникалық мәтіндерді аударудың грамматикалық, синтаксистік және лексикалық деңгейлеріндегі негізгі ерекшеліктер сипатталған. Мақалада сонымен қатар нақты мәтіндердің аудармасына қойылатын негізгі талаптар сипатталған. Ғылыми-техникалық мәтіндер мен құжаттаманы аударудың дәлдігі дәйектілікке, негізділікке, баламалылыққа байланысты. Арнайы лексиканы, терминологияны және абревиатураларды білу мәтіннің зерттелетін тіл анықтығына ықпал етеді. Мұндай нақты лексикалық сөз тіркестерінің сауатты аудармасы мамандандырылған сөздіктерді, сондай-ақ аударма тілінде колданылатын тиісті тілдік баламаларды колдану арқылы қамтамасыз етіледі.

Түйін сөздер: ғылыми-техникалық аударма, дәлдік, ғылыми стиль, эквиваленттілік, термин.

Мемлекетаралық қатынастардың, шет елдермен сауда-экономикалық байланыстардың кеңеюі, Еуропа елдері мен бүкіл әлемнің экономикалық интеграциясының күшеюі, ғылым мен техникиның дамуы, ғылыми-техникалық ақпараттың үнемі алмасуы шет тілінің әлеуметтік-экономикалық, ғылыми-техникалық және жалпы мәдени прогрестің жетекші факторы ретіндегі, әртүрлі халықтар мен мәдениет өкілдерінің арасындағы ауызша және жазбаша қарым-қатынас құралы ретіндегі маңыздылығын

күштейді. Ғылыми-техникалық жаңғырулар бүгінгі қоғамның барлық аспектілерін қамтиды және заманауи технологиялардың жоғары даму деңгейімен сабактас экономика және білім салаларына қатысты ғылыми - техникалық мәтіндерді аударуда практикалық дағдылары бар аудармашы мамандарға ерекше қажеттілік туындауда; сондықтан аудармашы мамандарға деген қажеттілік ерекше өзектілікке ие. Техниканың барлық түрлері адамның күнделікті өмірінің ажырамас бөлігіне айналды; әлемде пайдаланған техникалық жаңалықтар біздің өмірімізді бұрынғыдан бетер ынғайлы етсе, өндірісті тиімдірек етеді. Осыған орай, жоғары технологиилар саласындағы ақпарат айналымын кез келген тілде жеткізуғе деген сұраныс арта түсті, яғни ғылыми-техникалық мәтіндердің сапалы аудармасының қажеттілігі байқалды. Ғылыми-техникалық әдебиеттің аудармашысы өзінің лексикалық қорын үнемі жетілдіріп, терминдерін түсініп, олардың мағынасын білуі керек.

«Тілдік қарым-қатынас тілдік қызметтің төрт түрінде жүзеге асырылады: ауызша қарым-қатынас кезінде тыңдау және сөйлеу, жазбаша қарым-қатынас кезінде оқу және жазу. Аударма – әр түрлі тілде сөйлейтін адамдар арасындағы қарым-қатынасты қамтамасыз ету үшін қажет тілдік қызметтің бесінші түрі» [1, 15 б.]. Сондықтан қазіргі аудармашы тілдік және кәсіби құзіреттіліктің жеткіліксіз қалыптасуының және мамандандырылған сөздіктермен жұмыс істей алмауының салдарынан түпнұсқа мәтіндең барлық ақпаратты дәл жеткізе алмайды. Қазіргі ғылымда осы көп қырлы құбылысты жан-жақта көрсететін әр түрлі деңгейдегі аударманың бірқатар анықтамалары бар, мысалы: «аударма дегеніміз — белгілі бір сөйлеу жұмысындағы ақпаратты басқа тілдің көмегімен беру» [2, 326-бет]; «аударма дегеніміз - мазмұнның өзгермейтін жоспарын, яғни мағынасын сақтай отырып, бір тілдегі сөйлеу нәтижесін басқа тілдегі сөйлеу нәтижесіне түрлендіру процесі» [3, 24-бет]; «коғамдық қажеттіліктен туындаған, бір тілдегі жазбаша немесе ауызша мәтінде көрсетілген ақпаратты (мазмұнды) басқа тілде жеткізу» [4, б.17]. Жоғарыда келтірілген анықтамаларды ескере отырып, біз «аударманы» былай деп түсінеміз: а) сөйлеу нәтижесін басқа тілге аудару процесі; б) осы процесті жүзеге асыратын адамның іс-әрекеті; және В) осы әрекеттің нәтижесі (толық мәтін немесе оның бөліктері түрінде); көбінесе аударма деп аталады: г) белгілі бір сөздің басқа тілдегі лексикалық (сөздік) сәйкестігі. Бұл мақалада аударманы мәтіннің бастапқы тілден аударма тіліне толық лексикалық және семантикалық түрғыдан жеткізілуі ретінде қарастырамыз.

Техникалық аударма дегеніміз - техникалық тақырыптағы және сипаттағы мәтіндерді аудару, атап айтқанда, әртүрлі мамандандырударғы құжаттар, анықтамалық әдебиеттердің барлық түрлері, әртүрлі сөздіктер, өнімнің сәйкестік сертификаттары, пайдалану нұсқаулары, инженерлік жоспарлар, ғылыми-техникалық макалалар, іскерлік келісімшарттар және басқа да коммерциялық техникалық ұсыныстар. Техникалық аударма барысында туындастын ең басты қындық - аударманы мүмкіндігінше дәл ете білу, себебі аудармадағы кішкене де болсын қателіктер мәтіннің семантикалық жүктемесін өзгерте алады. Аударылған мәтінді өндеу техникалық аударманың стилі мен ерекшеліктерін анықтайдын қабылданған стандарттар мен Мемлекеттік Стандарттарға сәйкес жүзеге асырылады. Мәтіндер әр түрлі сипатта болғандықтан, олардың аудармасы белгілі бір жанрдың ерекшеліктерін ескере отырып жүргізілуі керек. Егер біз ғылыми немесе ғылыми-техникалық мәтін туралы айтатын болсақ, онда аударма әдістерін білуден басқа, мәтінде сипатталған терминология мен білім саласы жайлы хабардар болу қажет. Ғылыми әдебиеттерде аударманы формалар, түрлер мен жанрлар бойынша жіктеудің әртүрлі тәсілдері бар. А. Л. Пумпянскийдің пайымдауынша, «Ғылыми және техникалық мәтіндерді аудару – бір жағынан лингвистиканың, екінші жағынан ғылым мен техниканың түйіскең жерінде пайда болған ерекше пән. Сондықтан ғылыми және техникалық мәтіннің аудармасын тілтанулық, сондай-ақ ғылыми және техникалық ұстанымдар, жалпы тілдік мәселелер, терминология тараپынан қарастыру қажет» [6, 19 б.]. Ғылыми-техникалық мәтіндерді аудару - бұл аударма қызметтің саласы, онда жұмыстық кәсіби түрде тек пәндік саланы және оның нақты терминологиясын жақсы білетін, шет тілін жеткілікті білетін және түпнұсқаның мәні мен стилін сақтай отырып, өз ойларын аударма тілінде сауатты жеткізе алатын жоғары белгілі техникалық мамандарға жазеге асыра алады. Мықты лингвистикалық дайындық, оның ішінде аударма дағдылары қазіргі маманың кәсіби құзыреттілігіне айтарлықтай әсер етеді. Еңбек нарығында қажетті кәсіби маңызды ақпаратты бастапқы тілден аударма тіліне алуға, өндеуге және дәл беруге, ілеспе құжаттаманы немесе ғылыми-техникалық бағыттагы мәтіндерді сауатты аударуға және қазіргі тез өзгеретін ақпараттың ортада сенімді әрекет етуге қабілетті аудармашылар үлкен сұранысқа ие болуда. Ол үшін аудармашы маман қалыптасқан кәсіби құзыреттілікі қажет етеді. Қазіргі ағылшын техникалық әдебиеттің стилі лексикалық құрылымның, грамматиканың және материалды ұсыну әдісінің нақты сипаттамалары бар ағылшын жазбаша тілінің нормаларына негізделген. Бұл - дәлдікпен және эмоционалды әсердің жоқтығымен сипаталатын формальды логикалық

стиль. Лексикада көптеген арнайы терминдер қолданылады және англо-саксондық емес сөздер (латын немесе грек этимологиясы терминдері) қолданылады. Лексикалық бірліктер мазмұнды мүмкіндігінше дәл жеткізу үшін ерекше назар қоя отырылып таңдалады. Қызметтік сөздер мен сипаттаманың жеке элементтері арасындағы логикалық байланыстарды қамтамасыз ететін сөздердің де маңызы зор. Номинативті белгілердің ерекше түрі ретінде қысқартуларға да ерекше мән беріледі. Грамматикада тек жазбаша тілде бекітілген грамматикалық құрылымдар мен нормалар қолданылады. Пассивті, жеке емес және белгісіз жеке құрылымдар кең таралған. Логикалық таңдау инверсия арқылы жүзеге асырылады.

Ғылыми-техникалық мәтіндердің бір ерекшелігі - техникалық анықтамалардың, каталогтардың, жеткізілім сипаттамаларының, техникалық есептердің, ерекшеліктер мен нұсқаулықтардың мәтіндерінде бастауыш немесе баяндауыш жоқ сөйлемдер болуы мүмкін. Техникалық анықтамалықтарда тізімдерден тұратын барлық сегменттер бар. Сипаттамалар, техникалық есептер және каталогтар әдетте белгілі бір шаблонмен жасалады және арнайы терминологиямен жүктеледі. Термин - бұл ұғымды, құбылысты немесе ғылым тұжырымдамасын нақты аттайтын, оның мазмұнын аштын сөз немесе сөз тіркесі. Терминнің негізінде ғылыми негізделген анықтама жатыр. М. М. Глушко «Термин қатаң және нақты анықтамаға, семантикалық шекараларға ие, сондықтан тиісті жіктеу жүйесінде біркелкі емес ұғымдарды білдіруге және объектілерді белгілеуге арналған сөз немесе сөз тіркесі» деп тұжырымдайды [5, 28-бет]. Термин логикалық жіктеудің қатаң логикалық жүйесінің бөлігі болуы керек, объектілер мен ұғымдарды нақты ажырата білуі керек, түсініксіздікке немесе сәйкесіздікке жол бермеуі керек. Жалпы лексика мен терминдердің күрделі өзара байланысы ғылыми-техникалық әдебиеттің жекелеген салаларының терминологиясын анықтауды қынданатады. Ғылыми-техникалық аударманың негізгі қындығы шет тілін білуді техника білімімен біріктіру қажеттілігі болып табылады: сауатты техникалық аударма тиісті техника саласы бойынша кәсіби білімді талап етеді. Ғылыми-техникалық прогрестің қазіргі кезеңінің маңызды ерекшелігі-арнайы терминологияның білімнің кейбір салаларынан басқаларына өзара енуі.

Нәтижесінде, техникалық әдебиеттер мен құжаттаманы аудару үшін ғылым мен техникиның тиісті салалары бойынша, мысалы, телекоммуникация, радиоэлектроника, микроэлектроника, есептеу техникасы, экономика және қаржы, жарнама және маркетинг және көбінесе бұқаралық ақпарат құралдары бойынша түсіндірмे және салалық сөздіктерді пайдалану қажет.

Ғылыми-техникалық мәтіндерді аудару мынадай талаптарға жауап беруі тиіс: баламалылық, барабарлық, ақпараттылық, баяндаудың қисындылығы мен анықтығы. Ғылыми-техникалық мәтіннің аудармасы барабар және баламалы, яғни сапалы болуы үшін аудармашыға жалпы және арнайы дағдылар, іскерлік және келесі ұғымдармен жұмыс жасай білу шеберлігі қажет: теориялық – шет тілінің фонетикалық, лексикалық және грамматикалық құрылымы туралы (лексикалық бірліктер, грамматикалық ережелер, сөзжасам); практикалық - ғылыми-техникалық мәтіндерді аударудың ерекшеліктері туралы (аударма түрлендірүлөрі мен корреспонденцияларының түрлері); лингвистикалық практикалық білім (аудару тәсілдері: транслитерация, калькуляция, алмастыру, қосу, сипаттау және антонимикалық аударма тәсілдері); экстралингвистикалық мәтінді қайта жазу және аударма тілінде мағыналы және барабар сөйлемдерді құру процесінде қажетті білім (мамандандырылған мәтінді аудару үшін жеткілікті ақпаратты білу). Ғылыми-техникалық әдебиеттердің сәтті аудару үшін аудармашыда белгілі бір лексикалық қор, оның ішінде арнайы терминдер болуы керек; шет тілінің нақты грамматикалық құрылымдарын білу; аударманың лексикалық, грамматикалық және стилистикалық ережелерін білу; сөздікті құру ерекшеліктері және оның қолдана білу; аударылатын мәтін жататын ғылыми білімнің белгілі бір саласына назар аудару керек.

Ғылыми стильдегі мәтіндерді аударудың негізгі функционалдық ерекшеліктері әмбебап және барлық тілдерде кездеседі. Аудармадағы эквиваленттілік дегеніміз түпнұсқа мен аудармадағы мазмұнды, мағыналық, семантикалық, стилистикалық және функционалды-коммуникативті ақпараттың салыстырмалы тенденцияларын сактау деп түсініледі. Сапалы аудармада эквиваленттілік бастапқы және соңғы мәтіндер арасындағы тенденцияларын сактау деп түсініледі. Түпнұсқа мен аударманың көзделген аудиторияға жеткізуі қажет хабарламаның екі мәтінде де сәйкес болуы маңызды. Логика ғылыми әдебиеттің ерекшелігі ретінде ғылыми стильдің синтаксистік ерекшеліктерімен байланысты. Синтаксистік жүйеде ғылыми стильді ұсынудың дәлелі көрінеді. Қажетті ғылыми ақпаратты жеткізетін тиісті лексикалық бірліктер мен коллокациларды мүқият таңдау аударманың анықтығына ықпал етеді.

Техникалық мәтіндерді аударудың тағы бір қындығы – барлық қысқартуларға қойылатын талаптардың сәйкес келмеуі, сондай-ақ әртүрлі елдерде қабылданған және бір-бірінен ерекшеленетін параметрлер немесе Мемлекеттік Стандарттар. Қысқартулар әр түрлі болуы мүмкін, бұл аудармашы үшін белгілі бір қындықтар туғызады. Кейбір қысқартулар тіпті техникалық мамандарға түсініксіз болуы

мүмкін; олар сапалы аудармаға кедергі келтіруі мүмкін. Мысалы, ағылшын техникалық әдебиетінде сөйлеудің барлық бөліктегі қысқартылады: assembly – assy, without – w/o, weight to volume – w/v, т.б.

Ғылыми мәтінді аударудың қындығы сонымен қатар грамматикалық құбылыстардың ішкі тілдік кедергісімен және мәтіннің жалпы теориясының негізгі ұғымдарымен байланысты. Ғылыми мәтінді аудару кезінде байланыс ұғымының маңыздылығын түсіну абзацтың, сөйлемнің құрылымын өзгерту, түпнұсқа мәтінін бөлу және т. б. көптеген аударма сәтсіздіктерін болдырмайды.»

Аудармада кездесетін барлық қателерді Г.М. Стрелковский және Л. К. Латышев семантикалық және нормативті деп бөледі, ал семантикалық, өз кезегінде, мағынаны бұрмалау дәрежесі бойынша екі топқа бөлінеді: бұрмалау және дәлсіздік. Бұрмалануларға мәлімдеменің мағынасын толығымен бұрмалайтын және аударманың адресатын айтарлықтай бұрмалайтын қателер кіреді [9, 128 б.]. Түпнұсқа ғылыми мәтіннің бұрмалануы аудармашының тиісті грамматикалық құбылысты дұрыс қабылдануын көрсетеді. Ғылыми-техникалық мәтіндерді аудару барысында аудармашы тілдік тұлға ретінде қабылдануы керек, сондықтан лингвистикалық және техникалық ақпарат көздерін пайдаланбау мүмкін емес. Ғылыми-техникалық мәтіндер мен құжаттаманың әрбір кәсіби аудармашының қолында көмекші құралдардың тұтас арсеналы болуы тиіс. Бұл - аудармашыға екі тілдегі дәлсіздіктер мен стилистикалық қателіктерден аулақ болуға көмектесетін әртүрлі тақырыптық бағыттағы ғылыми-техникалық, анықтамалық әдебиеттер, мамандандырылған және лингвистикалық сөздіктер. Техникалық аударма сөздерді бір тілден екінші тілге аударуды ғана емес, сонымен қатар лингвистикалық және жоғары мамандандырылған білімнің барлық кешенін қолдануды қамтиды. Тек жан-жақты және арнайы білімі бар, ойлау икемділігіне ие аудармашы толыққанды білікті аударма жасай алады және аударылған құжаттың мазмұнын аударма жасалатын тілдің нормаларын бұзбай, түпнұсқаға сәйкес нысанда дәл жеткізе алады. Қазіргі заманғы білікті аудармашы ғылыми және көркем аударма әдістерін синтездей білуі керек, терминологияны білуі керек және ғылыми-техникалық аударманы жүзеге асыруда құзыретті болуы керек, оның ерекшеліктері дәлдікпен анықталады, ал аударма процесі басқа тілде шет тілдегі мәтіннің мазмұны мен формасын неғұрлым толық қалпына келтіруге бағытталған тілдік іс-әрекеттің бір түрі болып табылады.

ӘДЕБІЕТ

1. Айзенкоп С.М. Техникалық аударма бойынша оку құралы [Мәтін] / С.М. Айзенкоп, Л.В. Багдасарова, Н.С. Васина, И.Н. Глушенко. - Ростов н/Д: «Феникс», 1999. – 288 б.
2. Ахманова О.С. Лингвистикалық терминдер сөздігі [Мәтін] / О.С. Ахманова. - М.: Либроком, 2012. - 576 б.
3. Бархударов Л.С. Тіл және аударма [Мәтін] / Л.С. Бархударов. - М.: Халықаралық қатынастар, 1975. - 240 б.
4. Виноградов В.С. Аудармаға кіріспе (Жалпы және лексикалық сұраптар) [Мәтін] / В. Виноградов А. - М., 2001. – 224 б.
5. Глушко М.М. Қоғамдық тілдің функционалды стилі және оны зерттеу әдістері [Мәтін] / М.М. Глушко. – М.: Ғылым, 1974. – 215 б.
6. А. Л. Пумпянский Ғылыми және техникалық әдебиетті ағылшын тіліне аудару тәжірибесіне кіріспе. [Мәтін] / А.Л. Пумпянский. - М.: Ғылым, 1965. – 304 б.
7. Разинкина Н.М. Ағылшын ғылыми сөйлеу стилистикасы [Мәтін] / Н.М. Разинкина. - М.: Ғылым, 1972. – 162 б.

УДК 81'25

Ахмерова Д.,

Студент КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «В026-Переводческое дело»

Алматы, Казахстан

e-mail: akhmerovadilya@mail.ru

Научн. рук.: м.г.н., ст.преп. Зырянов В.К.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ДЕТЕКТИВНОГО ЖАНРА (НА МАТЕРИАЛЕ ДЕТЕКТИВА АГАТЫ КРИСТИ «УБИЙСТВО В ВОСТОЧНОМ ЭКСПРЕССЕ»)

Данная статья посвящена исследованию создания произведений детективного жанра. Материалом исследования послужил текст детективного романа А. Кристи («Убийство в Восточном экспрессе»). Актуальность исследования заключается в том, что, несмотря на достаточно широкое изучение трудностей перевода художественной литературы, вопросы перевода произведений детективного жанра до сих пор полностью не изучены. Цель статьи - изучить особенности перевода текстов детективного жанра. Задачами статьи являются: 1) рассмотреть понятие

детективного жанра и его особенностей; 2) выявить основные трудности перевода детективного жанра; 3) изучить детективный стиль Агаты Кристи; 4) проанализировать стилистические особенности перевода детектива А. Кристи.

Ключевые слова: детективный роман, корпусная лингвистика, особенности перевода, романы Агаты Кристи, классический детектив.

Akhmerova D.,

Student of Translation studies

Ablai khan KazUIRandWL,

Almaty, Kazakhstan

e-mail: akhmerovadilya@mail.ru

Scientific supervisor: MA, Senior instructor Zyryanov V.K.

FEATURES OF THE TRANSLATION OF THE DETECTIVE GENRE (BASED ON THE MATERIAL OF AGATHA CHRISTIE'S DETECTIVE «MURDER ON THE ORIENT EXPRESS»)

This article is devoted to the study of the creation of works of the detective genre. The material of the study was the text of the detective novel by A. Christie (“Murder on the Orient Express”). The relevance of the study lies in the fact that, despite a fairly broad study of the difficulties of translating fiction, the issues of translating works of the detective genre have not yet been fully studied. The aim of the article is to study the peculiarities of translation of detective genres. The objectives of the article are: 1) review the concept of the detective genre and its features; 2) identify the main difficulties of translating the detective genre; 3) study the detective style of Agatha Christie; 4) analyze the stylistic features of the translation of A. Christie's detective.

Keywords: detective novel, corpus linguistics, translation features, the novels of Agatha Christie, a classic detective story.

The translation of a work of art is distinguished by a special specificity, which includes the transmission of the figurative stylistic means, the individual style of the author, extralinguistic factors and therefore requires special translation skills. The main purpose of using stylistic imagery is to ensure an adequate understanding of the text. Many different works of art of foreign authors have become famous in our country, thanks to qualitative translation. The popularity of the detective genre in fiction is undeniable, with a particular interest being the classics of the criminal genre, which can rightfully be attributed to Agatha Christie.

Let's take a closer look at the definition of the detective genre.

I Detective is mainly literary and cinematic genre, the works of which describe the process of investigating a mysterious incident in order to clarify its circumstances and solve the mystery [5].

The main distinction of the detective as a genre is the presence in the work of some mysterious incident, the circumstances of which are unknown and must be clarified.

The detective story contains three main plot-forming elements: crime, investigation and solution.

Features of the classic detective genre:

- completeness of the facts (by the time the investigation is completed, the reader should have enough information to find a solution based on it on their own)

- stereotypical behavior of characters (actions are predictable, and if the characters have any sharply distinguished features, then these become known to the reader)

- the existence of a priori rules of plot construction (the narrator and the detective can not be criminals)

[6]

A distinctive feature of the classic detective story is the moral idea embedded in it, or morality, which marks all works of this genre to varying degrees.

II The commonality between the grammatical properties of the Russian and English languages is determined by their common belonging to the Indo-European family and is manifested in the presence of common grammatical meanings, categories and functions, for example: categories of number in nouns, categories of degrees of comparison in adjectives etc. At the same time, the difference in the principles of grammatical structure, expressed in the belonging of these languages to different grammatical groups, is reflected in significant differences between grammatical properties. For example, the existence of different grammatical categories: articles in English, a meaningful coordination in the Russian language, the fixed word order in English; etc.

To begin with, let's look at some issues of sentence restructuring when translating detectives.

In the vast majority of cases, the discrepancy between the grammatical structure of the Russian and English languages is manifested precisely in the construction of the sentence. The usual order of terms in an English

sentence is as follows: subject, predicate, object, adverbial modifier. In Russian, compared to English, the word order is more free.

Inversion is caused by stylistic or semantic requirements. Inversion is accompanied by a change in the intonation of the entire sentence: a word placed in an unusual place for it is intonationally highlighted.

The translator should always remember that the use of singular and plural nouns in English and Russian often does not coincide. Abstract nouns, which usually express abstract and general concepts, can be used in a concrete sense in English and then become countable nouns. As countable nouns, they can be used in the plural. In Russian, such nouns are always uncountable and are not used in the plural form.

When identifying the features of the translation of detective stories, the opposite phenomenon was also noticed, when the English noun in the singular corresponds to the Russian noun in the plural. The English language is characterized by the use of the words eye, lip, ear, cheek, hand, foot in the singular. This usage is also possible in Russian, but much less often.

However, the main grammatical features are that in the process of translating detective stories, the translator constantly has to resort to transformations.

J. I. Recker calls the transformation of the methods of logical thinking, with which the translator reveals the importance of foreign language words in context and finds the Russian line, mismatching with the dictionary, and transformation of sentence structure in the translation process in accordance with the norms of the target language. Grammatical transformations are caused by the difference in the structures of the two languages - the original language and the translation language.

Let's look at what transformations are most often used in the translation of the detective genre.

1. Substitutions

Substitutions are the most common and diverse type of translation transformation. In the process of translation, both grammatical units can be replaced - word forms, parts of speech, sentence members, types of syntactic connection, etc. - and lexical, in connection with which we can talk about grammatical and lexical substitutions. In addition, not only individual units can be replaced, but also entire constructions (so-called complex lexical and grammatical substitutions).

2. Transpositions

Transposition as a type of translation transformation is a change in the location (order of sequence) language elements in the translation text compared to the original text.

3. Omissions

When translating, words that are semantically redundant, that is, expressing meanings that can be extracted from the text without their help, are most often omitted .

4. Additions

Additions imply the use of additional words in the translation that do not have correspondences in the original. According To L. S. Barkhudarov, additions are a formal lack of expression of semantic components of a phrase in the source language [4].

III The leitmotif of A. Christie's work is the rule of law, the triumph of reason, the protection of the rights and freedoms of all representatives of society. The writer often used such a descriptive technique, when the criminal turned out to be a previously acquitted person who had an airtight alibi, and, it would seem, there was no motive for committing the crime ("Death in the Clouds"). At the same time, almost all participants and witnesses of the action, as well as minor criminals (thieves or blackmailers) could fall under suspicion. The most important idea of all the works of Agatha Christie is that the detective who investigates crimes is an excellent psychologist, he studies the behavior of people, their psychology, makes certain conclusions ,based on which he comes to the solution of the mystery of the crime. Often in the novels of the writer, the hero-detective faces a serious opponent, who is also strong in psychology and has a sharp mind. But that is the whole point of her works: the detective always exposes the criminal, no matter how insidious and cunning the actions of the latter may be. Justice and justice prevail.

Also, Lady Agatha invented two detective moves that violate the foundations and rules of the classic detective: 1) the narrator can be a murderer ("The Death of Lord Edgware"); 2) the murderers can be absolutely all the actors ("Murder on the Orient Express"). Criminals are smart, but they all have a number of qualities that ultimately play rough tricks on them - they are selfish, arrogant, vain. Crimes are not committed for the sake of good intentions: often for the sake of obtaining an inheritance or material gain, eliminating a competitor, a witness or a bored husband, but sometimes murder occurs just for fun [3].

IV When translating a work of art, the translator often uses various stylistic methods that help to actually present what the author wanted to present, while not losing the meaning of the text. The most frequent stylistic techniques are metaphor and metonymy. Let's take a closer look at each of them. As T. A. Kazakova notes, “the most common stylistic unit in the translation of fiction is a metaphor. In ancient times, man, describing the picture of the world in words, used various means” [1].

Metaphor — a word or expression used in a figurative sense, which is based on the comparison of an unnamed object or phenomenon with some other on the basis of their common feature. The complexity of sentence structure may appear on known for expressive English language such as the definition in a figurative sense, which is not only definitive, but also an independent phrase or even a combination of them. In these cases, it is often possible to apply either a permutation of the units of the initial metaphor, or an addition/omission.

Not only the requirements of language differences can be dictated by the necessity of various kinds of changes in the initial metaphor. Let's look at some examples.

1) «She smiled faintly» [Christie]. – «Губы её тронула лёгкая улыбка» [Кристи].

When translating text into Russian, the translator uses an *addition*. The translator deliberately adds the words губы and тронула, which complement the sentence and convey its character.

2) «Ah! My friend, what a night!» [Christie] – «До чего мерзкая погода, мой друг!» [Кристи]

In this case, the translator uses *substitution*. Thus, the word *a night* translates to terrible weather.

3) «The body - the cage - is everything of the most respectable - but through the bars, the wild animal looks out» [Christie]. – «Тело как клетка: снаружи всё очень респектабельно, но сквозь прутья выглядывает хищник!» [Кристи]

In this sentence, the translator uses the method of *literal translation*, thereby accurately conveying the content and nature of the statement.

4) «Ugly as sin but she makes herself felt» [Christie]. – «Страшна как смертный грех, но умеет себя поставить» [Кристи].

In this case, the translator also uses *substitution*, giving emotionality to the sentence.

5) «The calm, monotonous voice was drowned» [Christie]. – «И заунывный голос стал не слышен» [Кристи].

In this example the translator used a *substitution* in which the translator combined two English adjectives calm and monotonous and matched them to the Russian correspondence *заунывный*.

6) «You've got a pretty good nerve», said Ratchett [Christie]. – А у вас крепкая хватка, – сказал Рэтчett. – «Ну а двадцать тысяч долларов вас не соблазнят?» [Кристи]

In this example, the translator uses *substitution*, so he replaced the phrase *a pretty good nerve* with *крепкая хватка* [1].

The next stylistic unit is metonymy. «Metonymy is the change of a word to another based on a close meaning and association of objects. Unlike metaphor, which is based on similarity, metonymy highlights an object with the help of a special characteristic feature and brings it to the fore.»

1) «What? The No. 16?» [Christie] – «Как? И шестнадцатое занято?» [Кристи]

In this case, the translator uses the *addition*. By adding the phrase “занято” it conveys the correct meaning of the sentence.

2) «She has only to lift a little finger and ask for something in a polite voice – and the whole train runs» [Christie]. – «Стоит ей о чем-нибудь попросить – и весь поезд бросается выполнять ее желание» [Кристи].

In this example, a *substitution* is used, so the translator *in a polite voice – and the whole train runs* replaced with a Russian expression *весь поезд бросается выполнять ее желание*.

3) «If you're holding out for more, you won't get it» [Christie]. – «Если вы хотите вытянуть из меня больше, этот номер не пройдет» [Кристи].

Here, the translator uses a *literal translation* to accurately convey the content of the utterance.

4) «If so,» said Poirot, «it seems to have been done very amateurishly» [Christie]. – «Если даже убийца и гангстер, – сказал Пуаро, – должен сказать, что профессионалом его никак не назовешь» [Кристи].

In this case, the translator specialist uses the *addition*. Adding phrase «если даже убийца и гангстер», thus, it complements the sentence and conveys its character.

5) «There had been rumours, of course, as there always were in such cases» [Christie]. – «...ходили слухи» [Кристи].

In this example, a *structural transformation* is used to completely replace the phrase with a similar meaning when translating it into Russian.

6) «You have saved the honour of the French Army – you have averted much bloodshed!» [Christie] – «... вы остановили кровопролитие» [Кристи].

Here, the translator uses a *literal translation* to accurately convey the content of the statement and give it color.

The most rare stylistic device is *irony*.

«The sort of little man one could never take seriously» [Christie]. – «Таких коротышек обычно никто не принимает всерьез» [Кристи].

In this example, the translator uses an *antonymic translation* in order to correctly convey the hidden mockery [1].

Conclusion

Each stylistic technique has its own specifics and individuality. But all of them give color and expressiveness to the artistic image, the topic of conversation, the article. The original and translation of Agatha Christie's «Murder on the Orient Express» were also compared, and the ways of transferring stylistic means in translation from English to Russian were considered.

The results obtained were also processed, on the basis of which it can be concluded that the most common stylistic technique is a metaphor. Most often, it is transmitted by a literal translation, addition/omission, substitution, or structural transformation. In second place in terms of frequency is metonymy, its methods of transmission consist in literal translation, structural, semantic, functional and complete transformations. Translation of the literary text of the detective genre is based on the use of a large number of different translation transformations.

REFERENCES

1. Акишина В.В. Стилистическое своеобразие произведения Агаты Кристи «Убийство в Восточном Экспрессе» с английского языка на русский язык, 2017 [Электронный ресурс] Режим доступа URL: https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/4206/1/Акишина%20В.В._ЛИНБ_1305.pdf – (дата обращения 27.12.2020)
2. Особенности перевода детективного жанра [Электронный ресурс] Режим доступа URL: https://studbooks.net/1897465/literatura/osobennosti_perevoda_detektivnogo_zhanra – (дата обращения 27.12.2020)
3. Леди Агата Кристи и ее детектив [Электронный ресурс] Режим доступа URL: https://studbooks.net/2419515/literatura/vidy_osobennosti_detektivnogo_zhanra – (дата обращения 27.12.2020)
4. Особенности перевода произведений детективного жанра с английского на русский язык [Электронный ресурс] Режим доступа URL: <https://www.work5.ru/gotovye-raboty/137857> – (дата обращения 27.12.2020)
5. Детектив [Электронный ресурс]: Википедия. Свободная энциклопедия. – Режим доступа URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Детектив> – (дата обращения 27.12.2020)
6. Детектив как жанр литературы [Электронный ресурс] Режим доступа URL: <https://sites.google.com/site/virtualmuzej/detektiv-kak-zanr-literatury> – (дата обращения 27.12.2020)

УДК 81.25

Байдалина А.

Абылай хан атындағы ҚазХКЖӘТУ

4 курс студенті

e-mail: aruzhan.baidalina@bk.ru

БІЛІМ БЕРУ БЕЙНЕМАТЕРИАЛДАРЫ МЕН МӘТИНДЕРІН АҒЫЛШЫН ТІЛІНЕҢ ҚАЗАҚ ТІЛІНЕ АУДАРУ ЖӘНЕ БЕЙІМДЕУ ЕРЕКШЕЛЕГІ

Бұл мақалада оку бейнероликтері мен мәтіндерін ағылшын тілінен қазақ тіліне аудару және бейімдеу ерекшеліктері қарастырылады. Коронавирустық пандемия интернеттегі қашықтықтан оқытудың есүіне әкелді. Оку бейнероликтері мен мәтіндерін ағылшын тілінен қазақ тіліне аударуға және бейімдеуге жоғары сұраныс бар. Жазбаша аударманың классикалық тәсілдері көбінесе оку бейнероликтері мен мәтіндерді аудару кезінде қолданылады, бұл түпнұсқа мәтіннің дұрыс аудармауына әкеледі. Осы аспектіде ағылшын тілінен қазақ тіліне оку бейнероликтері мен мәтіндерін аудару және бейімдеу ерекшеліктерін зерделеу өзекті болып отыр. Оку бейнематериалдарын аударудың басты ерекшелігі олардың терминологиялық байлығы болып табылады, ол аудару кезінде субтитрлер жасауды киыннатады және мәтіннің қалған бөлігін едәуір қыскартуды немесе өзгертуді талап етеді. Сондықтан оку бейнефильмдері мен мәтіндерін аудару кезінде терминологиялық бірліктерді терминологиялық емес бірліктерге ауыстыруға немесе елемеуге жол берілмейді.

Кілт сөздер: оку бейнероликтері, онлайн оқыту, аударма, бейімдеу

Baidalina A.

4th year student of Ablaikhan

KazUIRandWL,

Almaty, Kazakhstan

e-mail: aruzhan.baidalina@bk.ru**SPECIFICITY OF TRANSLATION AND ADAPTATION OF EDUCATIONAL VIDEOS AND TEXTS FROM ENGLISH INTO KAZAKH**

The given article discusses specifics of translation and adaptation of educational videos and texts from English to Kazakh. Coronavirus pandemic made increase in online distance learning. There is high demand in translation and adaptation of educational videos and texts from English to Kazakh. In this aspect, the study of specifics of translation and adaptation of educational videos and texts from English into Kazakh becomes relevant. The main feature of the translation of educational video materials is their terminological richness, which, when translated, complicates the creation of subtitles and requires substantial reduction or modification of the rest of the text.

Key words: educational videos, online learning, translation, adaptation

Introduction. Translation and adaptation of educational videos and texts are the requirement for educational process today. Rapid development of information technology caused an increase in the production of educational videos and texts. Based on the Cisco research, in 2014-2015 video content counted for 77 % of all Internet content [1]. Therefore, we can assume that the most part of Internet today includes video materials created in different languages. Translation of this video content becomes actual problem.

Relevance of the research topic. Coronavirus pandemic made increase in online distance learning. Educational videos and texts play key important role in this type of education. Starting from 2010 educational video materials become popular and its popularity is increasing since then. In 2019 year, 13500 open online courses were developed and presented by 900 world universities. Each year 2500 new online courses are offered. By the end of 2019, 110 million students worldwide used online courses for their education [2].

Most popular online education platforms include:

- Coursera - 37 million users;
- edX - 18 million users;
- XuetangX - 14 million users;
- Udacity - 10 million users;
- FutureLearn - 8.7 million users [3].

Starting from 2020 coronavirus pandemic forced schools and universities to move to online education. If before the issue of using educational, online materials were distant future topic, after pandemic it become a reality of today.

The first reason is the increase in watching educational videos and reading texts during pandemic isolation. Moving of companies to distant work has also increased demand in business educational videos and texts. Self-education by means of educational videos and texts has become relevant for current situation.

The second reason is the increase of a role of educational video materials and texts in a new level of education – in online distance learning. The current situation makes impossible to provide traditional classroom education. Teachers and methodologists should think over new forms and means of education in a new reality of online education. On the other hand, globalization in education is still popular topic. At the current time, the only globalized environment has become the worldwide Internet. In these conditions it is expected that the volume of use of translated educational videos and texts will significantly rise by 2023 when the Coronavirus pandemic will probably be stabilized [4].

The need for creation of various educational video materials and texts will rise. Universities will face with high demand in online courses. However, there is no always need in creation online course from zero. It is always possible to translate and use existing online courses provided by world universities. By doing this, It will take less time for universities to adapt to new situation. In this situation, translation and adaptation of educational video materials and texts from English into Kazakh will become relevant. Best world universities like Harvard University, University of Oxford and Cambridge University provide their online courses in English language. Translating online courses of these universities into Kazakh language will make it possible to acquaint Kazakh audience with the worldwide experience and knowledge in education.

Classical approaches to written translation is often used in translating educational videos and texts, which leads to inadequate translation of original text. This results in decrease of overall educational process.

In this aspect, the study of specifics of translation and adaptation of educational videos and texts from English into Kazakh becomes relevant.

Rapid development of technology has resulted in creation of new types educational materials. We classify them for following categories:

Educational materials for exam preparation

Educational materials aimed at gaining specific knowledge from various fields of science.

Educational materials for learning a new language

Educational materials for development of new skills such as playing musical instruments, drawing and etc [5].

The forms of educational materials include:

Only text

Text with images

Images

Presentation with slides

Audio podcast

Video

Interactive applications (mobile apps, games)

Virtual reality environment

Educational video can be defined as an audiovisual work that provides easiness of learning of educational material through combining text and image.

The main goal of creating and using educational materials and texts is didactic. The important part of these educational materials is their content, which includes various scientific facts, concepts and quantitative data. However effectiveness of education is mainly achieved through simulating emotional interest using video and text materials.

Didactic features of educational videos and texts include the following:

high effectiveness of learning: video material is effectively learned by 65 % of students, whereas traditional educational materials count for 25 % [6]

reality of display;

dynamic presentation of material

impact on visual, sound, logical, associative and other types of memory

presenting information in logical sequence

These given features provide high demand for educational videos and texts in modern education process. There is also increasing interest in active use of online distance learning materials that will grow further in the future. Therefore, there will be also increasing demand in translating these type of educational materials.

We will also need to consider important linguistic features of educational videos and texts. Among them are richness of terms and the unambiguity of the choice of words, consistency and evidence, completeness and abstractness, rejection of personal pronouns, the predominance of complex sentences, the use of visual materials (symbols, drawings), and the use of passive constructions.

The terminology of the textual part of educational videos sometimes count for 40 % of educational material [7]. Therefore, it is the main feature that should be considered when translating educational videos and texts. The high concentration of information, facts and concepts presents difficulty for a translator. In audiovisual translation, the text is always comes after visual material, therefore it becomes necessary to use compression, transcription, adaptation and other translation transformations.

However, the high share of terminological vocabulary and concepts does not always allow using these transformation techniques. The terms are known to represent the most informative part of the lexical fund of the language of science and technology, and therefore, when translating educational video programs, the replacement of terminological units with non-terminological ones or omission is not allowed.

When translating videos with entertaining purpose sometimes we can change terms with their equivalents. However in the case of educational videos and texts this techniques are not acceptable.

The high terminological richness of educational video programs, therefore, leads to the fact that in translation, dictionary matches of terms in the translating language must appear, and only the rest of the textual part of an audiovisual work can be subject to changes. It can also be a problem that terms in two languages (English and Kazakh) often differ significantly in the number of characters and even words, which further complicates the task of the translator.

Summing up the consideration of the specifics of translation and adaptation of educational video materials and texts from English into Kazakh, a number of conclusions can be drawn. First of all, educational videos and texts fulfill a didactic function, which distinguishes them from entertainment video materials. The main feature of the translation of educational video materials is their terminological richness, which, when translated, complicates the creation of both subtitles and text for voice-overs. requires substantial reduction or modification of the rest of the text. At the same time, the high terminological richness makes it expedient to use translation automation systems in translation, which in other cases is unacceptable for audiovisual translation. However, it must be understood that these systems are applicable in this case only to a limited extent.

REFERENCES

1. Yuryevna, M. L., & Valeryevna, S. O. (2016). Translators' digital literacy as a component of professional competence: experience of making subtitles. Современные информационные технологии и ИТ-образование, 12(3-1).
2. Santini, L. (2015). Online edutainment videos: Recontextualizing and reconceptualizing expert discourse in a participatory web-culture. Journalism and Mass Communication, 52, 51-63.
3. Obradović, I., Vorkapić , D., Stanković, R., Vulović, N., & Kotorcević , M. (2016). Towards Translation of Educational Resources Using GIZA+
4. Козуляев, А. В. (2019). Интегративная модель обучения аудиовизуальному переводу (английский язык) (Doctoral dissertation, Москва, 2019).
5. Таскаев СВ. Перевод и переводоведение. Челябинск. 2020.
6. Михельсон, С. В. (2017). Использование видеоматериалов как вид образовательной технологии. Проблемы современной аграрной науки (237-238 стр.).
7. Алексеева, И. С. (2008). Текст и перевод. Вопросы теории. Издательство» Международные отношения».

УДК 81 <25

Бакыт А.Е.,

Студентка 4 курса КазУМОиМЯ им. Абылай хана,
Алматы, Казахстан
e-mail: bakyt.akerke@mail.ru

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ГАЗЕТЫ С АНГЛИЙСКОГО НА КАЗАХСКИЙ

Статья посвящена исследованию одной из актуальных тем - лингвистической и грамматической специфики перевода газетных текстов. В статье исследованы методы изучения лингвистических и грамматических моделей перевода газетных текстов.

Речевой жанр «газетная статья» рассматривается как подходящий метод и форма обработки, хранения и передачи информации в области газетных публикаций с целью распространения и популяризации экономических открытий и новостей.

Ключевые слова: газетный стиль, СМИ, лингвистические и грамматические особенности перевода, методы перевода, журналистика, журналистика, клише.

Bakyt A.E.,

4th year student of Ablaikhan KazUIRandWL,
Profession “5B020700- Translation and philology studies”
Almaty, Kazakhstan
email:bakyt.akerke@mail.ru

LINGUISTIC AND GRAMMATICAL SPECIFICS OF TRANSLATION OF NEWSPAPER FROM ENGLISH TO KAZAKH

The article is devoted to the study of one of the most relevant topics-the linguistic and grammatical specifics of the translation of newspaper texts. In this paper investigated the methods of studying linguistic and grammatical models of translation of newspaper texts.

The speech genre “newspaper article” is considered as an appropriate method and form of processing, storing and transmitting information in the field of newspaper publication in order to disseminate and popularize economic discoveries and news.

Keywords: newspaper style, mass media, linguistic and grammatical ecularities of translation, translation methods, journalism, journalese, cliche.

Relevance of the topic. Thanks to the mass media, including newspaper articles, the role of translation in the life of humanity is steadily increasing; the movement of information flows knows no boundaries, no time, no space. The infinite diversity of the modern world is conveyed through the media in the feelings and interpretations of numerous participants in the international information process-journalists, correspondents, commentators, TV cameramen. Social transformations are reflected in the language as in a mirror. The journalistic style, to a greater extent than all other styles of language, perceives these changes. Therefore, the importance of translation activities is constantly growing, and translation problems arise along with them.

Modern mass media have a huge impact on the life of society, on the consciousness and ideas of people. Society is constantly in need of new information about what is happening in the world. After Kazakhstan gained independence, the language of the media is undergoing changes due to the development of newspaper and book technologies and the expansion of the information space.

Quite often in newspaper news releases there are news blocks in English that need to be translated into Kazakh as well. Today, this is an urgent need and it is useful and necessary in a variety of ways.

The object of the study is the translation of newspaper texts.

Purpose of the study: To develop a comprehensive model for translating newspaper texts from English into Kazakh. To achieve the goal are set and solved the following tasks:

to systematize the achievements in the field of media-linguistics and install based on the analysis of works in the field of translation studies the concept of “newspaper articles”;

to define universal and specific features of the language of the media;

to identify the main features of the media text as the basic unit of mass media language;

to define the main characteristics of newspaper texts and spend the newscasts, aimed at a comparative analysis study of newspaper texts, principles of their construction, definition of messages on modern Kazakh language.

to reveal the peculiarities of the grammatical and linguistic translation

The theoretical significance of the research is determined by the fact that for the first time an integrative approach to solving problems of modeling the translation of newspaper texts is proposed.

The practical value of the work is due to the possibility of using the results obtained when reading lecture courses and special courses on the theory and practice of translation, intercultural communication, media linguistics, political linguistics, linguoculturology, when translating newspaper texts in translation practice.

Research methods. The goal and objectives set in the work determined the choice of research methods. Application of the method of linguistic analysis helped to identify the basic properties and characteristics of the text, the method of the comparative analysis of the source language (SL) and of the target language (TL) to determine the equivalence and translation quality assessment, method of linguacultural analysis to determine the cultural component of media texts; the method of content analysis based on counting specially selected units; method of critical linguistics to identify the hidden political and ideological orientation; the interview method gave the opportunity to determine public opinion in the area of newspaper text, a statistical method to calculate results of practical material, the method of information perception, which gave the possibility to determine the degree of perception of speech readers.

The structurey of the work: The article consists of an introduction, two sections, conclusions after each section, and a note of the literature used.

Grammatical and linguistic peculiarities of translating newspaper articles

1. Proper linguistic features of newspaper texts

The goals of newspaper and journalistic texts are: to influence, inculcate a certain kind of opinion, as well as interest in current events among readers. Through better orientation in the events covered in newspapers, people form opinions, political views and attitudes.

Most of the means of newspaper style are aimed not only at informing, but also at emotionally stimulating readers. An interesting feature of journalistic texts is the combination of expressiveness, which is expressed through special syntactic structures and language means (phraseological units, jargonisms) and elements of the official business style (for example, cliches) which distinguish this style from all others and create a special atmosphere favorable for influencing public opinion.

So, to demonstrate the specifics of the journalistic style, we will give the most general, but also quite clear, from my point of view, a set of defining parameters (factors) and characteristics.

- 1) The desire for objectivity and completeness in the transmission of facts.

- 2) Generalizations (forms of mn. numbers, pronouns) have a highly propagandistic orientation.
- 3) The use of separate groups of vocabulary (terms, socio-political and socio-economic vocabulary, high style and at the same time colloquialisms, jargon).
- 4) The use of tropes and stylistic figures is very active in artistic and journalistic genres, fragmentary in informational and analytical ones.
- 5) Emotional vocabulary (comparisons, metaphors, idioms, elements of humor, sarcasm, irony), interjections are often used, but socially oriented. The wide use of emotionally and expressively colored syntactic constructions: exclamation and interrogative sentences, appeals, rhetorical questions, repetitions, segmented and parcelled constructions, sentences with a nominative subject, inversions, incomplete and elliptical sentences, and non-union complex sentences.
- 6) Evaluative vocabulary (good-bad) social and intellectual assessment.
- 7) Modal-volitional vocabulary (imperative mood, infinitives) used frequently.
- 8) Conservatism and mobility at the same time: "The language of newspapers is full of stamps – yes, it can not be otherwise: it is difficult to write quickly and correctly, without running to hackneyed expressions»

§ 2. Grammatical features of the English-language newspaper and journalistic text

The language means in the newspaper text are selected based on the readership, linguistically neutral, mass audience. Therefore, the vocabulary of newspaper articles is quite diverse. In English-language newspapers, there is a peculiar and sufficiently developed system of socio-political terminology. The newspaper is a reflection of the current level of language development. In it, you can observe an intense interweaving of colloquial and bookish styles of speech. A characteristic feature of English newspaper materials is the use of colloquial phrases in the most serious texts. The familiarity with which the English press treats foreign and state figures seems unusual for the Russian reader. Often heads of state and ministers are called by their first names: "Robert Kennedy" (Robert Kennedy), their surnames are familiarly abbreviated: "Mac" (Macmillan), etc. All these familiar colloquial forms have long become familiar to the English reader. If they are saved in translation, they will make an unusual impression on the Russian reader. Thus, "the translator must preserve the genre characteristics of the text that this genre has in the Kazakh language."

The next feature of the genre under consideration is the desire of English authors to embellish a dry message, using separate periphrases, jargon, etc. For example, such a concept as "Humpty Dumpty" means "a candidate who has no chance of being elected".

There are some directly opposite trends, despite the familiar colloquial coloring of many materials of this genre. In the materials of English newspapers, the title of a political figure is always indicated, even if it is subjected to merciless criticism. If the last name of a political figure is written without mentioning the title or position, it is always preceded by the abbreviation MSS (Mistress) or MG (Mister). Thus, Adenauer is always "Doctor Adenauer"

or "Chancellor Adenauer", Churchill is "Sir Winston Churchill" or "Sir Winston", Macmillan is "MG. Macmillan", George Bush-President, de Gaulle – "General de Gaulle". The newspaper can accuse Bush of being at the head of a gang of bandits, and at the same time will not forget to write the word "mister" in front of his last name.

In English-language publications, elliptical forms of the passive voice are common with the use of the auxiliary verb "to be" to describe events, both in the past and in the present tense. They are used as a special stylistic device, as a deviation from the emerging norm of "is" or "age", which create an emphasis or make it seem that someone's words are being quoted, although there are no quotation marks.

Sometimes it is difficult to translate into Russian the attribute groups that are used in the publications of English newspapers. For example: "British All-Party MP Group to go to Paris" ("Upcoming trip to Paris of a group of British parliamentarians representing all parties"). "Union square May day rally to ring out today for race" ("Today, the May Day rally in Union Square will unanimously speak out for peace") (Times, 10. 03. 2013).

Another feature of newspaper publications is a variety of abbreviations. In newspaper articles, many words, if they are frequently used and understood by most readers, are used in abbreviated form or in the form of abbreviations. Among the most common abbreviations are the names of organizations, companies, positions, programs, etc.: EU (European Union), UNO (United Nations Organization), WTO (World Trade Organization), CEO (Chief Executive Officer), MBA (Master of Business Administration), DWI (Driving While Intoxicated). Another group of abbreviations that are most often found in the genre of English media we are considering are abbreviations of surnames or familiar nicknames of famous public or political figures. Such abbreviations make

it much more difficult to understand and are not always recorded by dictionaries. For example, “GBJ” – George Bush junior,

«FDR» – Franklin Delano Roosevelt.

The presence of neologisms and cliches is a characteristic feature of the “newspaper image” of political figures. Some of these neologisms are borrowed by the press of other countries. Often found in the English-language press calculated neologisms (for example, “star wars” - “star wars”).

English-language mass media widely use popular word-formation models to create occasional neologisms (nonce-words). In their modeling, a certain role is played by a mechanism that is similar to the mechanism of creating neologisms by coupling with the truncated basis of the prototype. For example, following the example of the “gap” cliche that was widely used in the early 21st century, new cliched phrases were created with the same “gift” reference element: “culture gap”, “development gap”, “new gap”, “production gap”, “Communication gap”, “credibility gap”.

In general, the newspaper text is characterized by a desire for conciseness and conciseness of presentation, and this feature is especially clearly seen in the articles themselves and in the newspaper headlines. Thus, the texts of articles in the English-language quality press have their own compositional structure and their own design traditions. In terms of language content, they are characterized by repetition, a combination of proper names, dates, numerals and terms with emotionally colored and evaluative vocabulary, a large percentage of complex sentences, non-personal forms and passive forms of the verb and attribute constructions.

The newspaper style is one of the functional styles that aims to convey information. Another of its functions is influencing: the author of his article should influence the feelings and mind of the reader. The newspaper style is characterized by the presence of emotional coloring of the vocabulary, socio-political vocabulary, logic, evaluation and appeal. Newspaper texts use bookish, neutral, and colloquial vocabulary, as well as figures of speech to give expressiveness (metaphors, metonymies, epithets, litotes, hyperbole, and others).

Newspaper headlines are fundamental factors in whether an article is read further or put aside. Headlines should attract the reader, “hook” him. There are a number of characteristic features of newspaper headlines. For example, the inclusion of slang, dialectics, neologisms, and poetics in the common vocabulary to give the title an emotional color. The range of topics of newspapers is quite wide. It includes economics, politics, medicine, sports, education, military topics, philosophy, and even literature. Due to the interaction of the influencing and informative functions, there is a need to search for new expressive means, which often turn into a stamp. Another feature of newspapers is their evaluativeness. It defines the main language processes that occur in the newspaper-journalistic style. Evaluation can be either positive or negative. All these characteristic features of newspapers should be transmitted in translation. The subject of our research was British quality newspapers, which are popular in the United Kingdom and have a significant impact on society. High-quality newspapers have specific features, the preservation of which is the key to correct and adequate translation. Of course, there are difficulties during translation. Incorrect translation occurs when the translator does not notice the “false friends of the translator”, does not take into account the difference in the combination of words and in the semantic structures between the source language and the target language. When translating newspaper texts, the translator must find a middle ground between literalism and too free translation. The main condition for an adequate translation is the correct understanding of the source text by the translator. A good translator must have sufficient background knowledge, have an idea of the realities that the text is dedicated to, and convey the essence, content, functions, and stylistic features of the translated text.

REFERENCES

1. Komissarov V. N. Theory of translation (linguistic aspects). - M.: Higher School, 1990. - p. 176-183
2. Parshin A. S. Theory and practice of translation.- M.: R. Valent, 2002. - p. 46-55
3. Uktomsky A.V. Phraseological aspect of the translator's professional competence (based on the texts of the modern English press) // Bulletin of the Chelyabinsk State Pedagogical University. No. 4. Chelyabinsk: ChSPU Publishing House, 2007. - 42-50
4. Латышев, Л.К. Проблема эквивалентности в переводе: автореф. дис. докт. филол. наук / Л.К. Латышев. – М., 1983. – 43 с.
5. Левицкая Т. Р. Теория и практика перевода с английского языка на русский / Т.Р. Левицкая, А.М. Фитерман. – М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1963. – 203 с.
6. Лютая, А.А. Современный газетный заголовок : структура, семантика, прагматика : автореф. дис. . канд. филол. Наук / А.А. Лютая. – Волгоград: ВГУ, 2008. – 19 с.
7. Ляпун, С.В. Лексико-семантические особенности современного газетного заголовка: дисс. канд. филолог. наук /

- С.В. Ляпун. – Майкоп: Адыгейский гос. ун-т, 1999. – 180 с.
8. Микоян, А.С. Проблема перевода текстов СМИ [Электронный ресурс] / А.С. Микоян. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text12/01.html>.
9. Миньяр-Белоручев, Р.К. Последовательный перевод: теория и методы обучения / Р.К. Миньяр-Белоручев. – М.: Воениздат, 1969. – 288 с.
10. Мисонжников, Б.Я. Феноменология текста / Б.Я. Мисонжников. – СПб: СПбГУ, 2001. – 490 с.
11. Некрасова, М.С. О стилистической принадлежности газетного текста / М.С. Некрасова // Гуманитарный вектор. – 2010. – № 2 (22). – С.136-140.
12. Никулина, Н.Ю. Специфические особенности перевода англоязычных газетно-публицистических текстов / Н.Ю. Никулина, Т. А. Зиновьева // Молодой ученый. – 2013. – №1. – С. 232-234.

УДК 1751'80(801.8)

Bakytkyzy Eldana
 student of Ablai khan KazUIRandWL,
 Specialty «B036-Translation Studies»
 Almaty, Kazakhstan
 e-mail: @bakytkyzyeldana02@gmail.com
Scientific supervisor: MA Otetileuova A.Zh.

**LINGUOCULTURAL ADAPTATION OF THE TEXT DURING TRANSLATION: POSSIBLE AND
POSSIBLE LIMITS (ADAPTATION WHEN TRANSLATING THE TEXT OF KAZAKH FAIRY TALES INTO
ENGLISH)**

The article discusses some issues of linguocultural and professional adaptation of the text of fairy tales in Kazakh when translated into English. There are different methods of pragmatic adaptation to achieve the equivalence of translation and analysis of Kazakh fairy tales. The article discusses the rules for the choice of translation solutions in the transfer of traditional problem language units for the translator, often determined by the features of the literary genre of the fairy tale and its main objectives.

Keywords: linguistics, translation, translation of fairy tale formulas, linguistic culture, trekking

Бакытқызы Эльдана
 Абылай хан атындағы ҚазХҚ және ӘТҮ студенті
 «B036- Аударма ісі» мамандығы
 Алматы, Қазақстан
 e-mail: @bakytkyzyeldana02@gmail.com
Ғылыми жетекшісі: Г.Р.М. Өтетілеуова Ә.Ж.

**АУДАРМА КЕЗІНДЕ МӘТІННІҢ ЛИНГВОМӘДЕНИ БЕЙІМДЕЛУІ: МУМКІН ЖӘНЕ
МУМКІН БОЛАТЫН ШЕКТЕР (ҚАЗАҚ ТІЛІНДЕГІ ЕРТЕГІЛЕР МӘТІНІН АҒЫЛШЫН ТІЛІНЕ
АУДАРҒАНДАҒЫ БЕЙІМДЕУ)**

Мақалада ағылшын тіліне аударылған кезде қазақ тіліндегі ертегілер мәтінін лингвомәдени және кәсіби бейімдеудің кейбір мәселелері талқыланады. қазақ тіліндегі ертегілер талданып, қолдануаударма эквиваленттілігіне кол жеткізу үшін прагматикалық бейімделудің әр түрлі әдістері болады. Мақалада аудармашы үшін дәстүрлі проблемалық тілдік бірліктерді беру кезінде аударма шешімдерін таңдау туралы ереже талқыланады көбінесе ертегінің әдеби жанрының ерекшеліктерімен және оның негізгі міндеттерімен анықталады.

Түйінді сөздер: лингвистика, аударма, ертегі формулаларын аудару, лингвистикалық мәдениет, трекинг

Лингвистика (латын тілінен «тіл»), лингвистика, лингвистика тілдерді зерттейтін ғылым. Бұл жалпы адамзаттың табиғи тілі және әлемнің барлық тілдері туралы оның жеке өкілдері ретінде ғылым. Сөздің кең мағынасында лингвистика ғылыми және практикалық болып екіге бөлінеді. Көбінесе лингвистика ғылыми лингвистиканы білдіреді. Бұл белгілер туралы ғылым ретінде семиотиканың бөлігі. Тіл білімі бар (бар немесе болашақта болуы мүмкін) тілдерді ғана емес, жалпы адам тілін де зерттейді. Тіл лингвистке тікелей бақылау арқылы берілмейді; тек сөйлеу фактілері немесе лингвистикалық құбылыстар тікелей бақыланады, яғни тірі тілде сөйлейтіндердің сөйлеу әрекеттері олардың нәтижелерімен (мәтіндерімен) немесе лингвистикалық материалмен (өлі тілдегі жазбаша мәтіндердің шектеулі саны, оны қазірдің өзінде ешкім негізгі коммуникация құралы ретінде қолданбайды).

Тіл білімі бақылауды қамтиды; сөйлеу фактілерін тіркеу және сипаттау; осы фактілерді түсіндіру үшін гипотезалар ұсыну; гипотезаларды тілді сипаттайтын теориялар мен модельдер түрінде тұжырымдау; оларды эксперименттік тексеру және теріске шығару; сөйлеу әрекетін болжай. Фактілерді түсіндіру ішкі (тілдік фактілер арқылы) немесе сыртқы (физиологиялық, психологиялық, логикалық немесе әлеуметтік фактілер арқылы). Тілдің кибернетикалық модельдері адамның сөйлеу қабілетін қаншалықты ұқсайтындығымен тексеріледі; археологтар көне тілдерде жаңа мәтіндер тапқан кезде қазба жұмыстары кезінде өлі тілдердің сипаттамаларының сәйкестігі тексеріледі.

Гуманитарлық ғылымдардың бірқатар іргелі белгілері бар пән ретінде лингвистика әрдайым таным субъектісін (яғни лингвистің психикасын) білім объектісінен (яғни зерттелетін тілден) бөліп ала бермейді, әсіресе лингвист ана тілін оқып үйреніп жатса. Лингвисттер дегеніміз - көбіне нәзік лингвистикалық интуицияны (тілге деген талғам) жоғары лингвистикалық рефлексиямен (өзінің тілдік шеберлігінде ойлау қабілеті) үйлестіретін адамдар. Тілдік деректерді алу үшін рефлексияға сүйену интроспекция деп аталады.

Балалар әдебиетін аударғанда аудармашылар жиі кездеседі бүкіл мәтінді прагматикалық бейімдеу, мұнда тек қана ескеру қажет емес балалық шақтың оқырманының білімдері, сонымен қатар білімдері балалар фольклоры және ұлттық фольклорлық дәстүрлер. Мұндай жағдайларда, логикалық-тақырыптық мазмұнға қол жеткізу үшін бұзылуы мүмкін оқырманның қалаған реакциясы және қалаған коммуникативті эффект. Алайда прагматикалық бейімделу сияқты техниканың маңыздылығына қарамастан ертегілерді аудару кезінде мәселе зерттелмеген құйінде қалады. Ертегі формулаларын аудару - ен тұрақты және кең тараған элементтер - халық ертегісінің мәтінімен жұмыс жасайтын аудармашының негізгі міндеттерінің бірі. Формулалар халықтардың әрқайсысының фольклорында ұқсас және әр түрлі ұғымдармен берілген. Елеулі сәйкесіздіктер ертегі формулаларын басқа тілде берудің осындай құралдарын қажет етеді, оның көмегімен бір жағынан түпнұсқаның ерекшелігі ескерілетін болады, екінші жағынан, аударма жасалған тілге ұлттық мәдениеттің өзіндік ерекшелігі ескеріледі. [1, С 653—655]

Теориялық тұрғыдан мұнда үш негізгі тәсіл мүмкін: трекинг (сөзбе-сөз аударма); аударма жасалатын тіл дәстүрлеріне түпнұсқа және толық бағынудың ерекшеліктерін ескермеу (еркін аударма); ертегі шетел тіліндегі табиғи дыбыстыққа ие бола отырып, аудармада түпнұсқаның өзіндік ерекшелігін сақтайдын етіп сөйлеу параллельдерін қолдану. Аударманың бұл әдісі, ен алдымен, функционалды эквиваленттерді қолдануға негізделген (адекватты аударма). Ен жалпы формада ертегі формулаларының айырмашылығы мынада: орыс формулалары ағылшынша караганда құрылымы мен қызметі жағынан алуан түрлі, сонымен қатар жанрлық сенімділігі жағынан ерекшеленеді. Зерттеу көрсеткендей, орыс ертегілері, әдетте, болмыстың формулаларынан басталады (мысалы, өздері өмір сүрген, болған, болған). Келесі негізгі конструкциялар ағылшын тіліндегі осындай бастама іспеттес: Артур мен Дөңгелек үстелдің рыцарьларынан көп бұрын, бір рет болған. Бастапқы формулалардың осы ерекшеліктерін оқырмандарда ертегі әлеміне енген кезде Таныс ассоциацияларды тудыратын бастапқы формулалардың осындай функционалды баламасын табуға ұмтылған аудармашылар ескереді.[2, 5 с]

Сонымен, жеке ертегі формулаларын аударуды зерттей отырып, біріншіден, әр түрлі халықтардың фольклоры тілінде көптеген ортақ және ұқсас құбылыстар бар деген қорытынды жасауга болады. Бұл ұқсастық «сюжеттегі», стильдегі. Бұл белгілі бір дәрежеде аудармашының тапсырмасын женілдетеді, қазақ және ағылшын ертегілерінің дәстүрлі лингвистикалық құралдарын беру мәселесін біршама шешіледі. Алайда, әр халықтың тарихи дамуы, оның енбек қызметі, адамдардың қоғамдық қатынастары, өмір сүрудің ерекше жағдайы тілдің дәстүрлі бейнелі құралдарының ерекшелігіне өз іздерін қалдырады. Сондықтан халық ертегілерінде мәдени тұрғыдан ерекше формулалар да кездеседі, олардың демалуы аудармада фольклор мен ертегілердің ұлттық колоритін сақтауға ықпал етеді. Халық ертегілерін лингвистикалық және мәдени тұрғыдан дұрыс аудару үшін сол немесе басқа тілдің баламалы формулаларына сүйену керек. Бұл екі халықтың мәдениеттеріне тән айырмашылықтар мен кездейсоқтықтарды анықтауға мүмкіндік береді. Әрине, аудармада әр мәдениетке тән ертегіден орын тапқан фактілерді, құбылыстар мен процестерді түсіндіру тәсілдері ескерілуі керек. Бұл компоненттер аударма мәтінінде жеткілікті түрде көрсетілуі керек, ойткені олар түпнұсқа мәдениеттің, яғни түпнұсқа тиесілі адамдардың мәдениетінің сипаттамалық белгілері туралы ақпаратты қамтиды. Сонымен қатар, аударма жаңа адресаттың сипаттамаларын ескеруі керек, бұл ертегі аудармасы мәтінінің мәдени бейімделуі туралы сұрақ туғызады. Мұның бәрі ертегіде қамтылған ұлттық-мәдени ақпаратты сақтауға және беруге байланысты мәселелердің маңыздылығын анықтайды. Сонымен, ертегінің аудармасы тек бір тілден екінші тілге аударуды ғана емес, «бір мәдениеттен екінші мәдениетке» аударуды

Басжигитова С.,

Студентка третьего курса (уск) КазУМОиМЯ имени Абылай хана

Специальность «5B020700 – Переводческое дело»

Алматы, Казахстан

e-mail: saulord0fcakes@gmail.com

ВЫЯВЛЕНИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ПЕРЕВОДА ЖУРНАЛЬНЫХ СТАТЕЙ ПО ТЕМЕ «ОБРАЗОВАНИЯ» С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Данная статья ознакомит Вас с особенностями понятия «образование», а именно с языковыми и культурными особенностями перевода в письменной форме. Вы сможете увидеть разницу английской и русской лингвокультуры, а также предусмотрен глоссарий, направленный на использование переводчика при письменном переводе.

Ключевые слова: Образование, перевод, культура, журнальные статьи, лингвокультурология, особенности перевода, лингвистика

Baszhigitova S.,

Third-year student of Ablai Khan KazUIRandWL

Specialty – «5B020700-Translation studies»

Almaty, Kazakhstan

e-mail: saulord0fcakes@gmail.com

IDENTIFICATION OF LINGUOCULTUROLOGICAL FEATURES OF THE TRANSLATION OF JOURNAL ARTICLES ON THE TOPIC OF “EDUCATION” FROM ENGLISH TO RUSSIAN LANGUAGE

The article presents information about the concept of “education” and its ways of rendering this concept from English into Russian paying attention to its linguacultural peculiarities. The article contains linguoculturological translation features of journal articles on the theme “education”, as well as a glossary in process, intended for use by a translator in translation.

Key words: Education, translation, culture, journal articles, linguoculturology, translation features, linguistics

In the era of globalization, people are increasingly striving to learn another culture. Children from the cradle watch foreign-language films, listen to music from other countries, read foreign works, thereby showing a greater interest in learning in a particular country. This leads to a demand for translations of articles, journals and web-sites in the sphere of education. And when you get a student visa, in addition to translation of the certificate, you will need a motivation letter, awards, and sometimes a health certificate is required. In the process of translating such kinds of texts, different features are taken into account, including any cultural specificities. Obviously, the main task of any translator is to get a text that is adequate to the original, as close as possible to it in meaning and style. While translating, unfamiliar words are usually encountered, and their interpretation has to be looked for in dictionaries

Language is not only a means of communication, but also a bearer of the culture and history of a particular people. V.A. Maslova writes “Language is a fact of culture, an integral part of culture that we inherit, and at the same time its tool. The culture of the people is verbalized in the language, it is the language that accumulates the key concepts of culture, translating them into a symbolic representation - words” [1, p. 67]. The study of language and culture revealed the great interest of linguists at the end of the twentieth century in their connection, the relationship between language and culture was so popular that a new discipline “cultural linguistics” appeared. This discipline is aimed at studying culture in language.

Linguoculturology is a deep study based on theories and descriptions of objects as cultural values reflected in a language, a contrastive analysis of linguocultural spheres of different languages (peoples) based on the theory of linguistic relativity. “

V.A. Maslova defines linguoculturology as “a branch of linguistics that arose at the intersection of linguistics and cultural studies” [2, p. 9], as “a humanitarian discipline that studies the embodiment in a living national language and manifests itself in cultural processes of material and spiritual culture” [2, p. 30] or as “an integrative area of knowledge that incorporates into the results of research in cultural studies and linguistics, ethnolinguistics and cultural anthropology”

Linguist and translator NS Avtonomova writes “translation is the transfer of contents and meanings created in one language and culture by means of another language and culture; such a transfer depends on many reasons: at the linguistic level - on the proximity or alienation of the structures of the original language and the target language; at the level of reality - from the presence or the absence of objects and phenomena described in the original language” [1, p. 418].

This means that the information to be transmitted during the translation process and the information actually translated do not always coincide.

Ideally, for a complete understanding of the text and its adequate translation, the translator needs more than a high level of proficiency in the native language and the language from which the text is translated, but also knowledge of culture and the history of the country. “The translator must perfectly know both peoples, both languages, all the details of the author’s style and method, the origin of words and word formation, historical allusions” [7, p. 394].

A journal article is a written published material in which the author analyzes social situation in a particular area, processes, phenomena.

This genre of journalism is written in an extensive form with deep analysis of facts and the situation. In the journal article, it is important to give reasons for each given statement.

There are five types of articles in modern journalism:

Editorial

The editorial expresses the editorial point of view on the most pressing issue at the moment. The editorial helps to correctly navigate the problems of public life, reacts to the most pressing issues.

Basic requirements: relevance of the topic, deep disclosure and justification of the tasks put forward, concreteness and conciseness of generalizations, conclusions, arguments.

Editorials can be:

general political - published in connection with significant dates, events;

propaganda - reveal the prospects for creation, the implementation of certain ideas;

operational - reflect the most urgent political and economic tasks at the moment.

Theoretical propaganda article

On examples of specific situations, a scientific and theoretical explanation of current events is given. Such articles analyze the theoretical aspects of economics, politics, literature and art.

White paper

Informational and narrative - the material is arranged in a sequence that, as a rule, corresponds to their temporal or spatial development, accomplishment.

Informational and descriptive - published either in conjunction with the informational and narrative, or separately from it. In an article of this type, information is presented in such a way that the reader has an idea about the subject of the description as a whole, as well as about its constituent parts, individual properties and features.

General research article

This group includes publications that analyze generally significant, broad issues. For example, the author of such an article can talk about the directions of the country’s political or economic development or talk about the level of morality that exists today in society as a whole, or about the possibility of a union of church and state, or about the country’s relationship with foreign states, etc. Publications of this kind are distinguished by a high level of generalization. The purpose of the general research article is to study various patterns, trends, prospects for the development of modern society. General research article is a difficult genre in the sense that it requires not just knowledge of a specific problem, but assumes a theoretical explanation of its existence.

Practical and analytical article

It is addressed primarily to topical practical problems of industry, agriculture, entrepreneurship, culture, science, education, business, finance, etc. These articles analyze specific problems, events, actions, situations related to practical problems solved in a particular field of activity, a branch of production, etc.

General features distinguish the translation of Journal articles:

The specificity of the texts. The person who undertakes to perform a high-quality translation of a document on education must have all the necessary skills: possession of a special vocabulary, knowledge of the subject of the translated text, and experience with such papers.

Accuracy. If any inaccuracy is made in the translated document on education, such mistake of the translator will call into question the entire future career of the holder of the document. The ability to concentrate and a high degree of concentration are important qualities that are necessary for a professional in their field.

Correspondence of the translation to the original. For instance, when translating diplomas with the most approximate degree of compliance, three stages are required: decoding an educational document, translation

process, final encoding into the target language.

There are definitely no universal schemes and translation templates. But if the translator is ready for the upcoming problems, he needs to understand that he needs to have important background knowledge and then a high-quality and adequate translation is provided. And in order not to make any mistakes, it is better for the translator to understand the meaning of the text itself, to analyze the target audience.

In the process of translation, the translator makes pragmatic adaptation, thereby making the text more accessible to the reader.

Below are journalistic techniques taken from the practice of translators-journalists:

1) Rewrite (rewrite) - very similar to the digest. Compared to a digest, a rewrite is a rework of the text due to the poor quality of the original text. A journalist or translator alters the text into a more or less adequate form based on content, style, and size.

2) Digest - a journalistic term in which the presentation, adaptation, reduction and editing of the text is carried out, commenting is allowed.

3) In the event that the article lacks key information, the translator-journalist supplements the information with details, thereby "closing the hole".

4) When in the original text the author expresses too much

subjective assessment, the editor can "remove accents", making the text more objective.

5) It is necessary to submit the text correctly in order to interest the reader. At times like this, editors are looking for the "right angle". this usually happens during the translation of headings and subheadings.

The concept of education in Russian and English languages may differ because each concept associated with national priorities, benchmarks and visions in a particular area.

Definition of education in Ushakov's Explanatory Dictionary of the Russian Language.

Education:

1. The process of assimilation of knowledge, training, education. The mind develops through education, and knowledge also comes from education. Citizens of the USSR have the right to education. USSR Constitution.

Based on the above, we can see that education for the Soviet people is a way to develop scientific and moral values.

2. The body of knowledge obtained as a result of systematic training. General education. Special education. Enrich your education. To get an education. Secondary education. Higher education. Technical education. Political education.

From this definition, we can understand that education is the result of hard learning that can be obtained.

Thus, we can notice that in Russian language, education is perceived mainly as a process of acquiring knowledge within an educational institution, or as a general concept of assimilation of knowledge.

In the dictionary of general literary English "Cambridge Dictionary of Contemporary English" the concept of education is presented as follows:

1) the process of teaching and learning, or the organizations such as schools where this process happens;

2) the process of teaching or learning, especially in a school or college, or the knowledge that you get from this;

From the above, we can see that in English the concept of "education" means the acquisition of knowledge and skills exclusively within the framework of educational institutions.

For a complete understanding, we will analyze several expressions and idioms of English and Russian linguoculture:

English:

Reception Class - Подготовительный класс

In English, the attention mostly paid to the mental condition of the children. We see that the word reception is more personal, so every child could receive the information or etc.

In Russian, the aim of the preparatory class is to prepare children to the next year(grade) so the attention paid to the skills of the children

Old tie - «старый галстук» or «старые связи»

This expression is essential part for English culture, usually it used in Britain. This expression reflects the importance of wearing a school uniform. In English linguoculture, this expression denotes a discipline developed

over the years and therefore the old ties that were worn during school are valued and kept for a long time, as a reflection of old and strong ties.

Pass with flying colors – сдать с блеском

This idiom originated in the Age of Discovery, when ships returned to port with flags raised or lowered (“colors”) to indicate that the ship was either successful or defeated, with flags raised to indicate success and flags lowered to indicate defeat.

Russian:

Голодное брюхо к учению глухо – *Eat cheddar and think better*

The idiom reflects the importance of the meal in the Russian language. This view has its origins in history. People believed that a person who eats well is strong both physically and mentally.

Субботник (voluntary unpaid work)

This expression is used to refer to collective labor in government agencies. In our time, subbotniks are held mainly in educational institutions.

Ударник – *a straight B student*

This expression is used in relation to a student with good grades. The word is associated with the expression “shock work”, that is, work with full effort.

From the above, we can conclude that the concept of “education” in Russian and English linguocultures has similarities in the sense of transmitting information to a child, but there are a number of important aspects in which the difference between the two linguocultures is visible. In Russian linguoculture, the majority emphasizes the unity of the people, while, as in English, individualism is felt. It should be noted that the concepts of many expressions are antonymous. From the research it can be noted that many expressions come from the depths of history and culture. These two cultures have completely different views on the concept of “Education”. Each linguoculture bears its own history with its own legacy. In the process of translating journal articles on the topic of education from English into Russian, it is important to remember to transfer the meaning from the original language to the translated one. For this it is important to understand the cultural and psycholinguistic characteristics of both languages. However, in the process of translating a text, part of the meaning is inevitably lost, therefore some researchers argue that understanding a foreign culture through a text is, in principle, impossible. However, understanding and perception of a foreign culture depends on the knowledge of the recipient. Perceiving a text belonging to a foreign culture, the recipient interprets it in the images and concepts of his native culture.

REFERENCES

1. Leonovich O.A., Leonovich E.O. 2019 y. The linguocultural aspect of translation. Workshop: Флинта – p.75
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). — М.: Высш. шк., 1990. — с. 176–183
3. Паршин А. С. Теория и практика перевода.- М.: Р.Валент, 2002. — с.46–55
4. Лапина Л.Г., Мильц Е.В. - Смысловой объем понятия образование, bildung, education в русском, немецком и английском языках – Евразийский гуманитарный журнал — с.38-43
5. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику. -М.: Флита, 2004.
6. Маслова В. А. Лингвокультурология: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. - М., 2001.
7. Автономова Н. С. Открытая структура: Якобсон – Бахтин – Лотман – Гаспиров. М.: Российская политическая энциклопедия, 2009. 503 с.

УДК

Бекбосынова Ш.С.

КазУМОиМЯ имени Абылай хана

«5B020726 – Переводческое дело»

Алматы, Казахстан

e-mail: shugi19999@mail.ru

АНАЛИЗ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ РИСКОВ И НЕСООТВЕТСТВИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ В СФЕРЕ МЕДИА-ДИСКУРСА С АНГЛИЙСКОГО НА КАЗАХСКИЙ ЯЗЫК

В статье рассматриваются риски и несоответствий перевода с английского на казахский в контексте медиадискурса, а также изменения в современном состоянии коммуникационных технологий.

Ключевые слова: коммуникация, медиа, Интернет, информация, технологии, наука, система, глобализация, медиакультура.

Бекбосынова Ш.С.

Абылай хан ат. ҚазХҚЖӘТУ

Мамандық: “5B020726-Аударма ісі”

Алматы, Қазақстан

e-mail: shugi199999@mail.ru

АҒЫЛШЫН ТІЛІНЕҢ ҚАЗАҚ ТІЛІНЕ МЕДИА ДИСКУРС КОНТЕКСТІНДЕГІ АУДАРМА ТӘҮЕКЕЛДЕРІ МЕН АУДАРМАДАҒЫ СӘЙКЕССІЗДІКТЕРДІ ТАЛДАУ

Бұл мақалада ағылшын тілінен қазақ тіліне медиа дискурс контекстіндегі аударма тәүекелдері мен қарама-қайшылықтары, сонымен қатар коммуникациялық технологиялар қазіргі жағдайдағы өзгергерлері қарастырылады.

Кілт сөздер: коммуникация, медиа, ғаламтор, ақпарат, технология, ғылым, жүйе, жаһандану, медиа мәдениет.

Қазір ғаламтордың әлеуеті асып тұр. Себебі ғаламтор пайда болғалы кітап оқытындардың қарасы азайған сыңайлы. Эрине, әрбір өткен заманды, әрбір кезеңді жырлап келе жатқан кітап еш уақытта құндылығын жоймақ емес. Қазіргі ақпараттық заманда ғаламторсыз жұмыс істеу немесе сабак оқу оңай емес. Бұрындары әрқайсысы жеке-жеке ұсынылатын аудио, бейне жазбалар, суреттер, әндер, оқулықтар, әдебиеттердің қазір бір ғана ғаламтордан-ақ пайдалана аласың. Қаншама қажеттіліктің бір жерде шоғырлануы халық үшін тиімді, эрине. Ендеше, ғаламтордың да пайдасын жоққа шығаруға болмайды. Сол арқылы біз басқа елдермен де байланысқа шығамыз, көптеген деректерге қанығамыз және ғаламтор еліміздің, әлемнің түкпір-түкпірінде орын алғып жатқан оқиғаларды, жаңалықтарды тез жеткізуіші ақпарат жүйесі деп ойлаймын.

Медиа - коммуникация құралдарын, ақпаратты беру тәсілдерін, сондай-ақ олар түзетін органды қамтитын кең түсінік. Қазіргі заманғы контексте медиа-белгілі бір түрдегі ақпараттық хабарламаны нақты тұтынушыға беру үшін қызмет ететін технологиялық құралдар мен коммуникация тәсілдерінің барлық жиынтығын қамтитын, мысалы: мәтін, музыка, сурет. Әдетте медиамәтін, массмедиа, медиакеңістіктік, медиадеректер, жаңа медиа, альтернативті медиа, әлеуметтік медиа және т.б. сияқты құрделі сөздердің бір бөлігі бола отырып, медиа терминін дербес пайдаланбайды. Олар, өз кезегінде, коммуникациялардың әсер ету салалары мен ерекшеліктерін туындағады. [Бузин В.Н. Социальное управление российским медиапространством. Системно-деятельный подход 2012]

«Жаңа медиа» деп суреттегітін көптеген технологиялар әдетте манипуляциялайтын, желіде жұмыс істейтін, сығымдалған, интерактивті сандық форматта болады. Оның кейбір үлгілеріне Интернет, сайттар, мультимедиалы компьютер, компьютер ойындары, CD-ROM-дар және DVD-лар жатады. Теледидар бағдарламасы, көркем фильм, журнал, кітап немесе қағазда жарияланған мәліметтің сандық форматта графикасы, интернет сілтемелері бар интерактивті қызметтері болмайынша жаңа медиага жатпайды. [Қазақстан Энциклопедиясы жобасынан алынған мәлімет, http://kk.encyclopedia.kz/index.php?title=%D0%96%D0%B0%D2%A3%D0%B0_%D0%BC%D0%85%D0%84%D0%80%D0%80&oldid=87466]

Бұқаралық ақпарат құралдарының қоғамдық пікірге әсері туралы айтқанда, адамдар көбінесе жаңалықтарды білдіреді, өйткені бүгінгі таңда бұл кез келген БАҚ-тың негізгі мазмұны болып табылады. 90-жылдардың ортасында неміс әлеуметтанушысы Никлас Люхман бұқаралық ақпарат құралдарының жүйе ретінде екі ерекшелігін анықтады. Біріншіден, бұқаралық ақпарат құралдары сөзбе-сөз қоғамдағы шындықты тудырады. Жаңалықтарда адамдарға бұрын үлкен көлемдегі ақпараттан таңдалған оқиғалар туралы айттылады. Бұл жаңалықтардың түрі, бұқаралық ақпарат құралдарының пікірінше, қоғам үшін белгілі бір маңызы бар, ал жаңалық тақырыбын таңдауда адамның жеке қалауы ескерілмейді, әрине.

Бұқаралық ақпарат құралдарының тағы бір ерекшелігі таза институционалды сипатта болады. Бұқаралық ақпарат құралдары - бұл белгілі басылымдардан, телеарналардан және журналистерден тұратын сала. Соңғылары ақпаратты редакциялық саясат және оларды жеке қабылдау призмасы арқылы таңдайды. [Саяси түсіндірме сөздік. – Алматы, 2007. ISBN 9965-32-491-3]

Медиа дискурс түсінігі - бұл соңғы жылдары таныстал болған жалпы дискурс тұжырымдамасының туындысы. Қазіргі отандық және шетелдік ғылымдардағы дискурсты анықтауда әр түрлі ұлттық ғылыми мектептердің дәстүрлері де және гуманитарлық білімдерді интеграциялаудың белсенді дамып келе жатқан процестері өте маңызды. Батыс еуропалық және американцы лингвистикалық дәстүрдің өкілдері (Тун ван Дайк, З. Харрис) дискурсты ауызаша және жазбаша түрде байланыстырылған сөйлеу деп санайды, онда хабарлама жіберуші мен алушының өзара әрекеттесу факторы айқын көрінеді. Осылайша, дискурсты құрделі коммуникативті құбылыс ретінде анықтау, оның құрамына коммуникация процесін экстралингвистикалық факторлардың барлық жиынтығы кіреді, мысалы: ақпараттарды шығару, тарату

және қабылдау ерекшеліктері, мәдени-идеологиялық негіздер және т.б., әйгілі голландиялық зерттеуші Теун ван Дайк дискурстың контекстік перспективасын кеңінен түсінуге үлкен мән береді, әсіресе бұқаралық ақпарат құралдарының мәтіндерін оқығанда. [Добросклонская Т.Г. Познание.Коммуникация,1989 ж, 20 б]

Медиа ақпараты бірнеше ерекшеліктерге ие. Біріншіден, ол фактілерді сипаттап қана қоймайды, сонымен қатар пікірлерді, көніл-күйлерді бейнелейді, авторлардың пікірлері қамтиды. Бұл ғылыми ақпараттан ерекшелендіреді.Медиа-мәтіндердегі ақпараттардың тағы бір ерекшелігі, мұндай мәтіннің авторына белгілі бір құбылысты тоłyқ жан-жақты сипаттау міндеті қойылмайды, ең алдымен, белгілі бір әлеуметтік топтарға қызығушылық тудыратын нәрселер туралы жазып, соларды бөліп көрсетуге тырысады. Көбінесе аударма барысында,әсіресе қазақ тіліне аударғанда әртурлі ерекшеліктерді байқауға болады.Мәтінді аударғанда сөйлемдерді байланыс пен тұтастықты ұстап тұру керек деп ойлаймын. Сөйлемдегі мәтін хабарламаны,белгілі бір функционалдық стильге,белгілі бір стильге сәйкес әдеби өндеу керек.

Президентке пандемияның жер шарындағы негізгі тараулар тенденциялары және вируска қарсы қарастырылған рейтингі туралы да баяндалды. Дүниежүзілік денсаулық сактау ұйымының дерегіне сәйкес, 1 миллион адамға шаққандағы індегі шалдыққандардың саны бойынша Қазақстан 221 мемлекеттің ішінде 109-орында, өткізілген тест сынамаларының саны бойынша 67-орында, өлім-жітім бойынша 94-орында, COVID-19 індегінен жазылып шыққандардың саны бойынша 48-орында, дерптің ауыр тиудің түрлісінан 50-орында.

The President was also informed about the main trends in the development of the pandemic on the planet and the ratings of our country on key indicators of countering the virus. According to the recent WHO report, in the statistics of COVID-19 cases per 1 million population, Kazakhstan takes 109 place among the 221 states, in number of testing – 67, number of deaths – 94, number of recovered cases – 48, and the severity of infection – 50.

Мәтіннің бұл абзацын аударғанда орын ауысулар(replacement) кездесіп жатыр. Мысалы бірінші сөйлемде қазақ тілінде “вирус” сөзі ортасында түрғанда, аударма барысында сөйлем соңына тұр. «Вирус» деген сөз өзге тілден келгеннен кейін, оны аудармай, сол күйінде қалдырыбы (substitution). Қазақстан-республиканың аты болғасын, олда аударылмайды. Мәтінде цифrlар,статистика көрсетілген. “Дүниежүзілік денсаулық сактау ұйымын” аударғанда “WHO” (World Health Organization) деп қыскарттық, себебі халықаралық термин болғандық(бәріне түсінікті деп ойлаймын). Аударма барысында көптеген сәйкесіздіктер көруге болады. Жоғарыда атап өткінімдей, орын ауысып кетуі, кей сөйлемдерге қосымша сөз қосылуы, сөздердің қыскартылуын байқауға болады(omission, adition). [https://www.akorda.kz/kz/events/akorda_news/meetings_and_receptions/memleket-basshyzy-densaulyk-saktau-ministri-aleksei-coidy-kabyldady]

Қазақ тілді бұқаралық ақпарат құралдары қазақ тілін дамытуда, оның қолданылу аясын көнектіде, сондай-ақ халықтың сауаттылығын арттыруды басты рөл атқарады. Республикадағы БАҚ-тың тілдік көрінісін, тілдік ландшафттысына мән беретін болсақ, қазақстандық БАҚ негізгі екі тілдің қолданысына құрылғанын білеміз: қазақ және орыс тілдері, ағылшын тілінің ақпаратты тарату жағынан алғанда, мемлекеттегі кейбір ұлттық тілдерде ақпарат тарататын құралдардан да аз екенін көреміз. [Құрманбайұлы Ш. “Қазақстан БАҚ” енбегінен]

Көрітындылай келе, бұқаралық коммуникация мен медиа-мәтіндерді аударғанда дискурстық тәсілдің мүмкіндіктерін асыра сілтеуге болмайтынын ескереміз. Барлық объективті артықшылықтарына қарамастан дискурстық талдау сөйлеу-ойлау белсенделілігін зерттеумен шектеледі. Бұқаралық коммуникацияда белгілі бір мағынаға ие бола алады және бұл процесті зерттеген кезде дискурстық талдау зерттеудің таптырмас стратегиясы болып көрінеді.

ӘДЕБІЕТ

1. Шаймағанбетов С. БАҚ-тағы тіл тазалығы // Егemen Қазақстан. – 2011. – 31 тамыз.
2. Машинбаева Г.А. Теледидар тілінің лингвопрагматикалық аспектілері: филол. ғыл. канд. ғылыми дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация авторефераты. – Алматы, 2007. – 25 б
3. Есенова Қ. Қазіргі қазақ медиа-мәтінін прагматикасы (қазақ баспасөз материалдары негізінде): филология ғылымдарының докторы ғылыми дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация. – Алматы, 2007. – 157 б.

СІЛТЕМЕЛЕР

1 <https://articlekz.com/kk/article/23477>

PRAGMATIC FEATURES OF TRANSLATION OF PROJECT DOCUMENTATION IN THE FIELD OF CONSTRUCTION INTO THE KAZAKH LANGUAGE

In the article problems of the translation of construction texts and documentation are considered. Tasks of the translator of texts in the field of construction are analyzed. The option of construction terms classification in English is given. The difficulties arising at the translation of technical texts are allocated.

Key words: construction texts and documentation, German, tasks of the translator, the term in the field of construction, translation problems

Бектемир А.Т.,Студент 4 курса КазУМОиМЯ имени Аблай хана
Специальность «5B020700- Переводческое дело»
e-mail: almirabektemir@gmail.com**ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПРОЕКТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ В СФЕРЕ СТРОИТЕЛЬСТВА НА КАЗАХСКИЙ ЯЗЫК**

В статье рассматриваются проблемы перевода строительных текстов и документации. Анализируются задачи переводчика текстов в области строительства. Приводится вариант классификации строительных терминов на английском языке. Выделяются трудности, возникающие при переводе технических текстов.

Ключевые слова: задачи переводчика, английский язык, проблемы перевода, строительные тексты и документация, термин в области строительства

Перевод – это выражение того, что сказано на одном языке средствами другого языка. Переводятся не слова, а мысли, которые содержатся в документе. Главные требования, возникающие при переводе – это передача точности, сохранение норм в переводе, соотношение языкового и авторского контекста.

Трудности, которые возникают при переводе технических текстов следующие: во-первых, для перевода текстов необходимо осваивать огромный объем лексики, во-вторых, язык технических текстов сильно отличается от разговорного и литературного языка. Среди всех переводов одним из самых сложных переводов является перевод документов из области строительства с английского языка на казахский язык.

В настоящее время в нашей стране всё больше специалистов сталкивается с проблемой перевода строительной документации, норм, патентов с английского языка на казахский язык. За последние годы увеличилось участие Казахстана в работе различных областей экономики. Экономические связи Казахстана с другими странами ведут к необходимости профессионального перевода значительного количества специализированной документации. Переводами строительных текстов и документации занимаются опытные переводчики, которые отлично знают тему и особенности перевода строительных терминов. Так же распространены переводы технических документов о строительстве. Строительные термины необходимы для грамотного перевода сайтов строительных предприятий и компаний. Перевод на строительную тематику нужен для осуществления перевода фильмов о строительстве. Востребованность газетных и журнальных статей на тематику строительства зависит от мастерства художественного перевода о строительстве.

Перевод строительных документов – перевод специализированных материалов на строительную тему, например рассказы о строительстве каких-либо сооружений, зданий, процесс производства составных частей зданий и т.д.

В условиях глобализации на первый план выходит сотрудничество на международном уровне, совместные мероприятия и проекты, поэтому в современном мире все более актуальным становится использование английского как основного международного языка в различных профессиональных сферах: инженерной, культурной, политической. Это создает ряд трудностей, которые должны быть преодолены для обеспечения эффективной работы и сотрудничества на всех уровнях. Так, инженерная сфера, в частности, язык архитектуры и строительства, характеризуется наличием большого количества терминов и терминологических словосочетаний, правильный и унифицированный перевод которых

необходим для профессионального общения как устного, так и письменного. Научно-технический стиль обладает и некоторыми особенностями, которые необходимо учитывать при переводе и во время актов коммуникации. Ему присуща информативность (содержательность), логичность (строгая последовательность, четкая связь между основной идеей и деталями), точность и объективность и вытекающие из этих особенностей ясность и понятность.

Отдельные тексты, принадлежащие к данному стилю, могут обладать указанными чертами в большей или меньшей степени. Однако у всех таких текстов обнаруживается преимущественное использование языковых средств, которые способствуют удовлетворению потребностей данной сферы общения. Архитектура и строительство в современном мире развиваются очень динамично, с возникновением новых технологий возникают и новые термины, а с ними, в свою очередь, появляется и необходимость грамотного переноса их в другие языки. С переводом технических, в том числе архитектурных, текстов связаны следующие трудности: необходимость освоения большого объема лексики; отличие технического языка от литературного и разговорного; необходимость подбора эквивалентных терминов при переводе документации либо изобретение новых (в случае неимеания необходимых эквивалентов в языке). Термин – это слово или группа слов, которые служат для обозначения определенного понятия.

Строительные термины можно разделить на несколько групп: строительные материалы; строительные инструменты; строительные машины; составные части зданий и сооружений. Основными задачами переводчика в области строительства и архитектуры являются достоверная передача информации в необходимой стилистике и соблюдение требований, предъявляемых к оригиналу текста. В данном случае необходим точный, а не буквальный перевод, что подразумевает сохранение смыслов переводимого текста, а не буквальную подстановку слов одного языка вместо другого. Переводчик при работе с профессиональными текстами архитектурно-строительного семантического поля сталкивается с трудностями. Термин в области строительства – это слово или группа слов, которые служат для обозначения определенного понятия. Строительные термины можно классифицировать следующие образом:

- Строительные материалы (gravel – щебень, sand – песок, brick – кирпич, clay – глина)
- Строительные инструменты (hammer – молоток, drill – сверло, shovel – лопата.)
- Строительные машины (the lifter crane – подъемный кран, the tractor – трактор, the shipments – погрузчики).
- Составные части зданий и сооружений (a ceiling – потолок, a floor – пол, foundation – фундамент, a window – окно).

Главные задачи переводчика текстов в области строительства – достоверная передача информации, логически связанные предложения, выдержаные в стиле текста. Технический текст не должен быть свободным пересказом. При переводе документов и текстов из области строительства важно знать не только как переводятся термины, но и понимать особенности этих слов. Необходимо отметить, что при качественном переводе обязательно сохраняется смысл, который хотел передать автор. Требования, которые предъявляются к оригиналу перевода, переносятся на переводимый документ. Необходимо отличать понятие «точный перевод» и «буквальный перевод». Буквальный перевод ведет к механической подстановке казахского слова вместо английского, что приводит к потере смысла данного текста.

При переводе текстов из строительной области возникают некоторые проблемы. Рассмотрим их подробнее.

1) Одна из таких проблем – это правильность перевода. Так, это касается в частности правил безопасности при строительстве, на предприятиях, заводах и фабриках. Буквальный перевод может послужить причиной неполадок в производстве.

2) Значительные трудности при переводе документов из области строительства появляются, когда слово имеет несколько значений, то есть многозначное слово. Одно и тоже слово можно применять в различных областях науки и техники, например Freilauf- Free wheel в машиностроении имеет значение «холостой ход», а в гидротехнике переводится как «холостой спуск», Tank переводится как танк и резервуар, термин Ground также имеет два значения: основа и почва. Грамотный перевод переводимого текста может дать лишь тот переводчик, который превосходно разбирается в тематике текста. Важно выбрать именно то слово, которое не исказит смысл текста или документа.

3) Третья проблема, возникающая при переводе – это сокращения. Во многих отраслях строительства (судостроении, самолетостроении, автомобилестроении и т.д.) используются международные сокращения. Например, Fig – figure – чертеж, рисунок, bra-overall height – строительная высота, GIN-

German industrial Norm – Германский промышленный стандарт, m-meters – метр, L – Long – длина, dm – Dezimetr – дециметр.

4) Четвертая проблема сводится к тому, что в технических текстах немецкого языка есть устойчивые словосочетания, которые вызывают при переводе определенные трудности. Устойчивые словосочетания – это сочетание двух и более слов, каждое из которых имеет свой смысл, но в сочетании представляют одно целое понятие. Из-за неправильного перевода может остановиться работа целого предприятия.

5) Пятая проблема заключается в том, что во многих областях науки и техники появляются новшества, которые ведут к появлению новых слов. Естественно, что словарь не может содержать в себе все новые термины из строительной отрасли. Нужно отметить, что английский очень гибкий язык. Он принадлежит к тем языкам, в которых легко приживаются новые слова. Трудности возникают при переводе строительных терминов, которые в нашей стране ещё не известны или используются очень редко. В этом случае приходится выбирать слова, которые близки по смыслу к данному слову.

6) Шестая проблема – это наличие в документах и текстах строительной тематики сложных грамматических конструкций, характерных для научно-технических текстов (безличные предложения, неопределенно-личные предложения, сложные предложения, пассивные конструкции и др.). Например, In order for the facade of the house to be bright, this concrete is advantageously made of white cement and light gravel (сложноподчиненное предложение). Перевод: Для того, чтобы фасад дома был светлым, этот бетон преимущественно изготавливают из белого цемента и светлого щебня.

Таким образом, перевод документов из строительной области – это трудоемкий процесс, с которым может справиться только грамотный человек, владеющий как знаниями иностранного языка, а именно профессиональной терминологией, так и специальными знаниями из строительной сферы. В текстах, документации строительной тематики употребляются вводные конструкции и специальные термины данной области. В них полностью отсутствует эмоционально-экспрессивная окраска: эпитеты, метафоры, олицетворение, синонимы, что делает текст официально-деловым.

ЛИТЕРАТУРА

1. Айзенкок, С.М., Багдасарова, Л.В., Васина, Н.С., Глущенко, И.Н. Научно–технический перевод. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003.
2. Генезис научной терминологии / словарь под ред. Чернухина А.Е. – М.: Русский язык, 1979.
3. Хаит, Ф.С. Пособие по переводу технических текстов с немецкого языка на русский: Учеб. пособие для средних специальных учебных заведений. – 5-е изд., испр. – М.: Высш. шк., Издательский центр «Академия», 2001. – 159 с.

УДК 81-25

Boranbaikyzy A.,
Student of Ablaikhan KazUIRandWL,
Almaty, Kazakhstan
e-mail: salieva-akmaral@mail.ru

FEATURES OF TRANSLATION OF ADVERTISING TEXTS IN THE SPHERE OF TOURISM FROM ENGLISH TO RUSSIAN LANGUAGE

The article aims at depicting the main translation problems encountered in tourist translation so as to approach this specialised translation and to suggest possible solutions in order to increase the quality of translated texts.

Key words: translation, advertising text, quality, translation difficulty, translation problem.

Боранбайқызы А.,
Студентка КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «5B020700-Переводческое дело»
Алматы, Казахстан
e-mail: salieva-akmaral@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Цель статьи - показать основные переводческие проблемы и трудности, возникающие при переводе в сфере туризма, и предложить возможные решения для повышения качества переведенных текстов.

Ключевые слова: перевод, рекламный текст, качество, туризм, проблема перевода.

Туризм можно рассматривать как межкультурную и межязыковую деятельность, которая объединяет людей, культуры, языки и места посредством предоставления туристических услуг в многоязычных коммуникативных ситуациях, в которых происходит постоянная передача языковых и культурных реалий. Эта культурная нагрузка, в дополнение к самой лингвистической природе, которую включает туризм, придает свое собственное измерение и превращает перевод туристических текстов в важный инструмент лингвистического и культурного посредничества для решения возможных проблем коммуникации.

В случае туристического перевода мы находим определенные проблемы перевода, которые повторяются в большинстве туристических текстов, то есть они являются внутренними проблемами сферы туристического перевода, особенно в рекламных текстах.

Прежде чем выработать собственную стратегию перевода, любой переводчик должен тщательно проанализировать ранее переведенные интернет тексты по схожей тематике для того, чтобы понять с какими трудностями ему предстоит работать и на что следует обратить особое внимание. В связи с этим задача состоит в том, чтобы рассмотреть к использованию каких именно трансформаций переводчики прибегают чаще всего, если им необходимо перевести текст туристической рекламы.

По мнению Л.С. Бархударова переводческими трансформациями называются различные необходимые преобразования в тексте перевода, использующиеся для достижения переводческой эквивалентности, несмотря на расхождения в формальных и семантических системах пары языков [1].

В качестве основной классификации, на которую мы опираемся нашем исследовании, будет взята классификация, предложенная В.Н. Комиссаровым [2].

Для анализа текстов оригинала и текстов перевода были использованы примеры из англоязычных сайтов: <https://www.tripadvisor.co.uk/>, <http://www.momondo.co.uk/>, <https://uk.voyages-sncf.com/en/>, а также их переводы на русский язык: <http://www.momondo.ru/>, <https://ru.voyagessncf.com/>.

Все трансформации могут быть условно представлены как лексические, грамматические и лексико-грамматические [2].

На лексическом уровне используются такие трансформации как:

1. Транскрибирование (воспроизведение звуковой формы иноязычного слова) и транслитерация (воспроизведение графической, т.е. буквенной формы слова): Maui – Мауи; Rotterdam – Роттердам; Praed Street – Прейд Стрит. Оба приема зачастую используют для передачи географических названий и прочей прецедентной информации.

2. Следующей лексической трансформацией, встречавшейся в текстах рекламы, является калькирование. Данный переводческий прием выступает в качестве воспроизведения комбинаторного состава слова или словосочетания. Так, например: mass tourism – массовый туризм; city's green spaces – зелёные насаждения города; fleamarket – блошиный рынок; nightlife – ночная жизнь; little Venice – маленькая Венеция; seafood – морепродукты; day-trip – однодневная поездка

3. Конкретизация – прием, который заключается в том, что для того, чтобы перевести исходное слово с широким значением нужно заменить его словом с более узким значением: Out East in Kreuzberg and Freidrichshain, you're likely to find that the local cafe doubles as a hairdresser, a bookstore or a vintage clothes shop. За восточной частью районов Кройцберг и Фридрихсхайн, вы вполне вероятно обнаружите, что местное кафе является по совместительству еще и парикмахерской, книжной лавкой или магазином винтажной одежды. В данном примере переводчик прибегнул к конкретизации, рассказав читателю перевода о том, что Кройцберг и Фридрихсхайн являются районами города.

4. Прием генерализации оказался довольно редким приемом, использующимся при переводе рекламных текстов с английского языка на русский. Например: Liege also has a thriving student population. В Льеже живет множество студентов. Переводчик посчитал, что ему не нужно уточнять значение слова «thriving», он генерализировал значение предложения «множество студентов». Реализация данного переводческого приема мало используется в текстах рекламы, так как ведет к утрате образности и колоритности предложений оригинала.

5. Модуляция, являясь напротив заметно лидирующем приемом смыслового развития, была найдена в следующих примерах: And for those who just like strolling around and making the most of the good weather, there is also the option of relaxing on one of the café loungers set up along the river banks. А те, кто хочет просто погулять и насладиться солнечными днями, смогут расслабиться в одном из шезлонгов кафе на берегу реки. В оригинале автор использовал выражение «make the most of the good weather», что при дословном переводе на русский язык означает «максимально использовать хорошую погоду», переводчик отказался

от «прямого» перевода выражения и развил его по смыслу, в результате чего получилось выражение «насладиться солнечными днями», что является прямым следствием «использования хорошей погоды»

Maui is the place to surf and windsurf. На острове процветает серфинг и виндсерфинг. Модуляция была применена при переводе очень распространенного для английского языка глагола «to be», переводчик решил развить глагол по смыслу, переведя данную лексическую единицу как «прочувствовать». Помимо смыслового развития переводчиком была произведена грамматическая замена частей речи, глаголы «to surf» и «to windsurf» были заменены существительными «серфинг» и «виндсерфинг».

Spain's cosmopolitan capital city is rich in culture. Многонациональная столица Испании может похвастаться богатой культурой. Еще один яркий прием смыслового развития, где вместо прямого перевода, процесс заменён его следствием. Если столица богата культурой, следовательно, данное обстоятельство приводит к тому, что это определенное достоинство города, чем он может «похвастаться».

People visit the city for its vibrant energy and many intriguing faces. Люди приезжают сюда зарядиться энергией и увидеть интригующие особенности города. В данном примере переводчик столкнулся с весьма сложной задачей, прежде чем перевести текст, ему нужно было догадаться о каких «интригующих лицах» (в оригинале «intriguing faces») идет речь. Интерпретатор текста оригинала постарался развить по смыслу данное выражение, дав ему образный перевод «интригующие особенности города».

Discover the vibrant energy and multiple faces of this wonderful city. Откройте для себя вибрирующую энергию города и его многоликость. Выражение «многочисленные лица города» в переводе было заменено одним схожим по значению словом «многоликость».

But it doesn't matter; this picturesque bastion has managed to preserve its proletarian Paris soul. Несмотря на это, живописный квартал до сих пор сумел сохранить свой исконно-парижский шарм. Автор перевода данного предложения решил видоизменить оригинал, и вместо дословного перевода «пролетарская парижская душа» использовал образное, выразительное сочетание слов «исконно-парижский шарм».

6. Опущение, суть данного приема состоит в опущении при переводе слова или сочетания слов, что не ведет к исказению общего смысла предложения. Например: When you first arrive in Liege, try not to be put off by the city's ugly industrial outskirts. Когда вы впервые прибудете в Льеж, постарайтесь не испугаться промышленных окраин города. Переводчик посчитал необходимым убрать из текста перевода слово «ugly». Переводчиком было сделано верное решение, исключив слово с отрицательной коннотацией, он избежал отвращения читателя к рекламируемому месту. Зачастую опущение каких-либо фрагментов текста может напрямую зависеть от такого принципа Интернет текста как краткость.

7. Добавление, в следующем примере данный прием сочетается вместе с пояснительным переводом: Get lost in the forests of the Tiergarten, and hope to emerge near the charming Café Buchwald, where they've been perfecting their Baumkuchen for more than 150 years. Заблудитесь в лесах Тиргартен и вы выйдете рядом с очаровательным кафе Бухвальд, в котором уже более 150 лет пекут знаменитый Баумкухен (песочный торт в виде круглой башни). В оригинале автору не требовалось конкретизировать значение лексической единицы Baumkuchen, в то время как переводчик 43 посчитал необходимым уточнить значение данного слова для читателя перевода, обратив внимание на то, что традиционный немецкий пирог Баумкухен является знаменитой выпечкой. Переводчику удалось не только конкретизировать значение, но и удержать внимание читателя.

На grammatischem уровне нами было замечено использование следующих трансформаций:

1. Синтаксическое уподобление или по-другому дословный перевод: Anyone who claims that Berlin has lost its edge should head straight for the Badeschiff. Любой, кто утверждает, что Берлин утратил свои преимущества, должен отправиться прямиком в Бадешиф. Или: Tourists flock to Bruges in droves and it's easy to understand. Туристы стекаются в Брюгге толпами, и это легко понять! В обоих примерах переводчик прибегнул к использованию так называемой «нулевой» трансформации. Он заменил синтаксическую структуру исходного языка аналогичной структурой переводящего языка. На самом деле данная трансформация применяется в текстах рекламы только тогда, когда при дословном переводе образность высказываний не теряется.

2. Членение и объединение предложений: Rotterdam is known for its ambitious modern architecture, giving it a unique look and a dynamic feel. Роттердам известен своей амбициозной архитектурой, выполненной в современном стиле. Она придаёт городу неповторимый облик и динамичный вид. В данном примере автор перевода решил разъединить одно предложение оригинала на два разных в переводе для того, чтобы не нагромождать структуру русскоязычного предложения.

Такой грамматической трансформации как объединение предложений не было встречено в анализируемых текстах.

3. Различные грамматические замены встречались также довольно часто. Так к замене частей речи мы можем отнести следующие примеры: Kick off your Italian tour in Milan, Europe's fashion capital, before heading across to Venice for a gondola ride. Начните ваш итальянский тур в Милане, европейской столице моды, прежде чем отправиться в Венецию и прокатиться на гондоле. Переводчик заменил сложное существительное «a gondola ride» на словосочетание глагол + существительное «прокатиться на гондоле».

When you eventually emerge, blinking in the sunlight, there's plenty more chilled out fun to be had. Когда вы, в конце концов, выйдете, щурясь от солнечного света, вы обнаружите еще массу расслабляющих развлечений. В отличие от оригинала, где конструкция «there's» имеет довольно абстрактное значение «что-то где-то находится», автор перевода решил еще раз акцентировать внимание читателя, на том, что именно он, а не кто-либо другой обнаружит для себя массу других развлечений.

Golf, fine dining, a winery, museums and sipping a mai tai on the beach round out the perfect tropical holiday. Гольф, отличная кухня, виноделие, музеи и бокал маи-тай на пляже обеспечат Вам идеальный отпуск в тропиках. В данном примере переводчик прибегнул к грамматической замене и словосочетание, состоящее из прилагательного и существительного «tropical holiday» стало в переводе состоять из двух существительных «отпуск в тропиках». Также встречалась такая трансформация как замена числа: open skies – открытое небо; serious partying - серьезные гулянки; Belgian chocolates – бельгийский шоколад. В данных примерах либо множественное число в оригинале заменено единственным в переводе, либо наоборот.

Лексико-грамматические трансформации:

1. Антонимический перевод подразумевает под собой замену утвердительной формы в оригинале на отрицательную форму в переводе, и наоборот: Cultural life goes on all the year round in this place. Не замирает культурная жизнь в этом месте. Еще один пример: Don't miss the works of Vermeer, Frans Hals, and Rembrandt. Обязательно посмотрите работы Вермеера, Франса Хальса и Рембрандта. Переводчику, используя данную трансформацию, удалось достичь главной цели – получить наиболее адекватное и естественное для языка перевода выражение мысли оригинала

2. Описательный перевод иллюстрируются следующими примерами: It's an amazing and humbling place. Это потрясающее место, где чувствуешь себя всего лишь песчинкой. В данном случае перед переводчиком стояла не простая задача, ему было необходимо перевести слово «humbling», которое при дословном переводе имеет значение с отрицательной коннотацией «уничижительный». Автор перевода прекрасно справился с поставленной ему задачей, описав словосочетание «humbling place» несколькими словами «место, где чувствуешь себя всего лишь песчинкой».

It's a great, affordable spot to discover in this area. Действительно хорошее местечко, куда непременно стоит заглянуть, оказавшись в этом квартале. Словосочетание «affordable spot to discover» дословно переводится как «доступное место для посещений». Переводчик решил использовать описательный прием перевода, передав значение данного сочетания слов как «местечко, куда непременно стоит заглянуть». Ему удалось не только хорошо перевести словосочетание, но и убедить русскоязычного читателя, что место действительно стоит того, чтобы его посетили.

Since their creation in the heart of Paris in June 2013, the Banks of the Seine (Berges de Seine) have become a veritable location for living and meeting up. Проект Berges de Seine («Берега Сены»), появившийся в 2013 году в самом центре Парижа, сразу стал популярным местом для встреч и средоточием городской жизни. Помимо примененной модуляции «популярное место» вместо «истинное» или «настоящее», переводчик прибегнул к описательному приему перевода, лексическую единицу «living», он заменил словосочетанием «средоточие городской жизни». Единственный момент, на который переводчику стоит обращать внимание при использовании данного метода перевода – это избежание громоздкости и многословности высказывания при описательном переводе.

3. Прием компенсации не был найден в анализируемых текстах, что свидетельствует о его довольно редком употреблении в текстах рекламы.

Исходя из полученных данных, можно смело сделать вывод о том, что наиболее часто встречаются трансформациями в туристических текстах являются модуляция, транскрипция и описательный перевод. Реже всего переводчики обращаются к использованию опущения и антонимического перевода. В проанализированных текстах не встретилось использование таких трансформаций как компенсация

и членение предложений, что позволяет сделать вывод о том, что данные переводческие приемы не передают нужного колорита тексту перевода.

Часто «качество» приравнивается к «соответствию» перевода, что подразумевает, что целевой текст должен быть адаптирован к целевой культуре, чтобы обеспечить коммуникативную эквивалентность и правильное функционирование, следовательно, качество перевода будет достигнуто[3].

Такие учёные-переводоведы как, например, Т.А. Казакова подчеркивают, что образ оригинала необходимо сохранять в переводе, что любой переводчик должен уметь передавать не сам прием, а его функцию [4].

Таким образом, стараясь как можно точнее перевести текст туристической рекламы, переводчику всегда необходимо помнить, что одной из важнейших задач при переводе таких текстов является сохранение и передача колорита и эмоциональной составляющей исходного текста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов, Л.С. Язык и перевод [Текст] / Л.С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975.
2. Комиссаров, В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) [Текст] / В.Н. Комиссаров // Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1990.
3. Nord, C. (1997). *Translating as a purposeful activity*. Manchester: St. Jerome Publishing.
4. Казакова, Т.А. Практические основы перевода учебное пособие. Спб.: «Союз», 2008.

УДК 81'25

Вахапова С.,

студент КазУМОиМЯ имени Абылай хана

Факультет Перевода и Филологии

Алматы, Казахстан

e-mail: yakhapova03@mail.ru

Научный руководитель: м.г.н., ст.преп. Зырянов В.К.

СПЕЦИФИКА И ОСОБЕННОСТЬ ПЕРЕВОДА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ «ДВЕНАДЦАТЬ СТУЛЬЕВ»

В статье рассмотрены особенности перевода художественных текстов, в частности романа Ильфа и Петрова «Двенадцать стульев». Цель данного исследования - показать специфику перевода романа Ильфа и Петрова «Двенадцать стульев» на английский язык. Актуальность исследуемой темы состоит в том, что имена выбранных авторов широко известны в связи с популярностью жанра научной фантастики в XX веке, поэтому их произведения, как и переводы этих произведений, востребованы в современном мире. Предмет исследования - особенности языка авторов и способы их перевода.

Ключевые слова: художественный перевод; переводческие трансформации; поэтический текст; научная фантастика.

Vakhapova S.,

Student of Faculty of Translation and Philology

Ablai khan KazUIRandWL,

Almaty, Kazakhstan

e-mail: yakhapova03mail.ru

Scientific supervisor: MA, Senior instructor Zyryanov V.K.

SPECIFICS AND FEATURES OF THE TRANSLATION OF THE WORK OF ART “TWELVE CHAIRS”

The article deals with the peculiarities of translation of literary texts, in particular the novel “Twelve Chairs” by Ilf and Petrov. The purpose of this study is to show the specifics of the translation of Ilf and Petrov’s novel “The Twelve Chairs” into English. The relevance of the topic under study is that the names of the selected authors are widely known due to the popularity of the science fiction genre in the XX century, so their works, as well as translations of these works, are in demand in the modern world. The subject of the research is the peculiarities of the authors’ language and the ways of their translation.

Keywords: literary translation; translation transformations; poetic text; science fiction.

Translation of literary texts is the most difficult task. To create an adequate translation, the translator needs to put a lot of effort. He should know well not only the language of another country, but also the history, culture,

traditions and literature. All this is important for the translation of the text, in the process of which the translator faces many difficulties.

An integral part of any literary work is the means of expression that make the text different from others. Adequate transfer of figurative information of a literary text to another language is one of the most interesting and difficult tasks for a translator.

Literary translation differs from other types of translation. «The concept of literary translation involves the creative transformation of the text using the necessary expressive capabilities of the translating language, accompanied by a more complete transfer of the literary features of the original».

Works of fiction are contrasted with other works due to the fact that all of them are characterized by an artistic and aesthetic function. This aesthetic orientation distinguishes a literary text from others, which is why there are difficulties in translation.

The main difficulty of literary translation lies, first of all, not only in the transfer of the individual author's style of the work and language means, but also in the transfer of the atmosphere, humor, character and mood that are embedded in the text. Literary texts contain a large number of means of expression, in the transmission of which the translator has a number of difficulties. It is very difficult to transfer such means in another language due to the lack of their direct equivalents.

Thus, in a literary text, correct translation of each of its components does not mean correct translation of the text as a whole. When translating a literary text, the translator must take into account all its linguistic means of expression. To do this, the translator of fiction must know not only the source language, but also the literature, history, culture of the people, as well as be familiar with the work of the author.

When translating a literary text, it is necessary to take into account the pragmatic task of translation, which consists in achieving the desired communicative effect on the reader. After reading a work of fiction in translation, the reader should feel the power of the original author's literary talent. If the translator managed to achieve this, we can talk about an adequate reproduction of the communicative effect of the original. In this regard, literary translation can be equated with communicative translation. "In fact, what is commonly called literary and, in particular, artistic translation is actually a communicative translation that takes into account – or programming the pragmatics of the recipient".

The novel "Twelve Chairs", written in 1928, is the first joint work of I. Ilf and E. Petrov. This novel was a great success due to the abundance of comic, which struck readers with its novelty and freshness. The intention of I. Ilf and E. Petrov is an ironic attitude to life. The authors described the surrounding reality with the help of means of creating a comic effect. Authors I. Ilf and E. Petrov often used various means of expressing humor and satire in their works, with the help of which writers created comic portraits of their characters and comic situations. A special humorous sound of the novel is created by various techniques that characterize the individual style of the authors, the most frequent of which are individual author's metaphors. They emphasize the individual worldview of the two writers. In the novel under study, metaphor is mainly a means of creating a comic effect. Metaphorical images are bright, expressive and emotionally expressive.

The problem of translating metaphors in a literary text is one of the most complex and important. Metaphor is the embodiment of images that affect the reader's imagination. A particular difficulty for the translator is the translation of individual author's metaphors. The translator must correctly convey the image created by the author and remain closer to the original in the translation. The translator must preserve the author's style and intention. Therefore, the translation of the metaphor is associated with the solution of a number of linguistic and literary problems. It should be emphasized that the authors create metaphorical images in a special original language, which is not always possible to convey by means of the target language. Having considered the classifications proposed by P. Newmark, V. N. Komissarov, Ya. I. Retsker, T. A. Kazakova, M. A. Kunilovskaya revealed that the main ways of translating metaphors in the novel of I. Ilf and E. Petrov "the Twelve chairs" in English language are:

- translating a metaphor while preserving the image;**
- image transformation (lexical substitution, omission, addition);**
- neutralization of the image.**

It should be noted that in most cases the translator resorted to the full transfer of the metaphor with the preservation of the image. The translator tries to stay close to the original text and preserve the individual style of the author and the comic inherent in the writers.

The second most frequent method of translating a metaphor is the transformation of the original image, which consists mainly in lexical replacement, omission and addition. The translator expresses the author's

thought through an image more characteristic of the culture of the translating language. In compliance with the norms and rules of the language, the translation requires a change in the original structure of the text, in this regard, the translator resorted to the above-mentioned transformations in order to adapt the original text for a more comfortable reading by the English-speaking reader.

The least frequent way to convey a metaphor is to neutralize the image of the metaphor. The translator failed to preserve the image of the metaphor laid down by the authors, which is why the imagery and expressiveness of the original metaphor is lost.

The image of the metaphor is preserved if it is understandable and close to native speakers of another language. At the same time, metaphors in Russian and English evoke the same associations among readers, which allows them to be used as correspondences to each other.

Let's look at this method of translating a metaphor using specific examples.

The translator conveys this metaphor with the help of grammatical substitution: the word "Road dirt" is used, which means "street dirt" and the word "Moonlight", which translates as "moonlight". This allows the translator to preserve the image of the metaphor, since word composition is a productive way of word formation in the English language.

Consider the following example of the use of archaism in the novel by I. Ilf and E. Petrov "Twelve Chairs": "Голова ее была в чепце интенсивно абрикосового цвета." In this case, the word "чепец" was translated by John Richardson as «She was wearing a bright apricot-colored cap». To convey this archaism, he uses the generalization technique, which allows to convey the semantic meaning of this word, but at the same time the colorful component of archaism is lost.

The same method of translation is used in the following sentence «...превращается либо в пассажира, либо в грузополучателя, либо просто в безбилетного забулдыгу...» the lexical archaism "забулдыгу" was used. John Richardson translated this sentence as: "turns into a passenger, a consignee, or simply a trouble-maker without a ticket...". However, Richardson chose a word that differs in style: the word "trouble-maker", used by John Richardson, has a neutral connotation, while "drunk" is used colloquially.

Consider an example of the use of Sovietism «...до такой степени была влюблена в секретаршу месткома коммунальников...» and its translation: «...so much in love with the secretary of the communal-service workers» local committee...». We see that Sovietism «local Committee» was translated with the help of tracing paper, and the «KOMMUNAL» with the use of descriptive translation. It should be noted that abbreviations are characteristic of Sovietisms and are particularly difficult for translators. Therefore, when translating «mestkom», John Richardson first deciphered the abbreviation, and then translated individual elements with the help of tracing paper.

Thus, the translator resorted to a complete translation with the preservation of the image of the metaphor in order to stay as close as possible to the original text. The presence of equivalent elements of syntactic and lexical levels in the translation language helps to recreate the corresponding stylistic parameters of the original. The translator not only conveys the individual author's style, but also preserves the comic character that the authors have laid down. In most cases, the translator used a word structure that is typical of English culture, and a functional translation that is characteristic of the transfer of erased metaphors.

After analyzing the ways of transferring the metaphor in the novel "Twelve Chairs" by I. Ilf and E. Petrov into English language, we come to the following conclusions.

Translating a metaphor is a complex process. When translating a metaphor into English, the translator should usually take into account the author's intention and the individual style of the author. This novel is rich in individual author's metaphors, the translation of which is the most difficult in contrast to language metaphors

In the course of the analysis, it was found that in most cases the translator translates metaphors into English by means of a complete translation of the metaphor, while preserving the original image of the original text. The translator manages to find equivalent units in the English language, which allows him to remain close to the original text and recreate the author's intention, but in this case it is not always possible to convey the original author's original language, therefore, it is not always possible to recreate in full the style-forming system of the original.

The second most frequent way to translate a metaphor is to transform the original image. The translator cannot fully preserve the original image of the metaphor. This is due to the fact that in the process of translation it is often impossible to use words and phrases that are characteristic of the English language. The translator uses the replacement of one of the multi-component images of the metaphor, in some cases resorting to omission or addition.

The least frequent way to convey a metaphor is to neutralize the image of the metaphor translation. This is due to the impossibility of complete image transmission due to conceptual and interlingual differences in the Russian and English linguistic cultures. The translator replaces metaphorical images with stable and more familiar expressions for a native English speaker. When the translator can't find similar words in English images, he is forced to use the neutralization of the image of the metaphor, because of which the text loses its expressiveness.

Thus, metaphors can be conveyed in various ways. At the same time, conceptual and interlanguage differences in Russian and English linguocultures cause a change in the original meaning of the metaphorical image when translated into another language. The problem of refraction of figurative content into the language of translation is solved through various transformations that ensure the adequacy of the transfer of the author's intention.

In this article, we studied the features of the translation of metaphor on the example of the novel by I. Ilf and E. Petrov "Twelve Chairs" by means of the English language.

Writers I. Ilf and E. Petrov often used a variety of means of expressing humor and satire in their works. A special humorous sound of the novel is created by various techniques that characterize the individual style of the authors, the most frequent of which are individual author's metaphors. Translating such metaphors is a complex process.

In this article, we analyzed the translation of the novel "Twelve Chairs" by Ilf and Petrov, made by Elsa Brod in 1930, into English. The study revealed that the translator sought to remain close to the original text. Most often, to convey a metaphor, the translator used a complete translation of the metaphor with the preservation of the image, which allowed him to preserve the individual author's style.

In cases where the translator could not use the full translation with the image preserved, he had to transform it. In order to reproduce the content of a foreign-language text correctly, translators resort to various transformations.

The translator also had to face various difficulties when it was impossible to find an equivalent, and it was also impossible to apply any of the types of transformations. In this case, the translator was forced to use the neutralization of the image of the metaphor, because of which all the comicality laid down by the authors was lost. Creative solutions in the approach to the elements of the original text's idiom contribute to the maximum achievement of the corresponding pragmatic and aesthetic effect of the translated text. It was also revealed that capacious multicomponent metaphors, as a rule, are not fully transmitted.

After the analysis, we can come to the conclusion that literary translation is indeed one of the most difficult. First of all, because of the individual author's style of the work and the language means that the author uses. Writers use a large number of individual author's metaphors that convey the atmosphere, humor, character and mood of the characters in this novel. From this it follows that the main task of the translator is not just to translate the work verbatim, he must display all the images laid down by the authors in the text. The translator manages to do this thanks to a deep reading of a foreign language literary text and a creative approach in making certain translation decisions.

Based on the analysis of the ways of transferring archaisms and Sovietisms from Russian to English based on John Richardson's translation, it can be concluded that the loss of archaism in the translation of archaisms and "Soviet" coloring, as well as the associative component of the word is almost inevitable. To create an equivalent translation text, it is necessary to abandon the stylistic transfer of this layer of vocabulary in favor of its semantic transfer, which John Richardson did.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акопова, А. Образ и художественный перевод. / А. Акопова. – Ереван. Издательство Академии наук АрмССР, 1985. – 149 с.
2. Гачечиладзе, Г. Художественный перевод и литературные взаимосвязи. изд. 2-е. / Г. Гачечиладзе. – М., 1980. – 160 с.
3. Казакова, Т. А. Практические основы перевода. English – Russian. Учебное пособие. / Т. А. Казакова. – СПб.: Лениздат; Издательство «Союз», 2002. – 320 с. – (Изучаем иностранные языки)
4. Комиссаров, В. Н. Общая теория перевода. Проблемы переводоведения в освещении зарубежных ученых. Учебное пособие . / В. Н. Комиссаров. – М.: ЧеРо, 1999. – 134 с.
5. Лосев, А. Ф. О понятии языковой валентности / А. Ф. Лосев // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1981. – Т. 40. – Вып. 5. – С. 403 – 413.
6. Назин, А. С. Сопоставительное исследование метафор в романе Дж. Р. Р. Толкина «Хоббит, или туда и обратно» и его переводах на русский язык: дис.... канд. фил. наук / А. С. Назин. – Екатеринбург 2007. – 201с.
7. Попович, А. Проблемы художественного перевода. / А. Попович. – М.: Высшая школа, 1980. – 198 с.

-
8. Сдобников, В.В. Теория перевода: (учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков) / В. В Сдобников, О. В Петрова. – М.: ACT: Восток – Запад, 2007. – 448 с. – (Лингвистика и межкультурная коммуникация: золотая серия).
9. Солодуб, Ю.П. Теория и практика художественного перевода: учеб. пособие для студ. лингв., фак. высш. учеб. заведений / Ю. П. Солодуб. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. - 304 с.
10. Федоров, А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы). / А. В. Федоров. – М.: Филология три, 2002. – 415 с.
11. Savory, Th. Threat of Translation. / Th. Savory. – London, 1957. – 120 p.

УДК 347.78.034.

Ветер Н.,

Студент факультета перевода и филологии
КазУМОиМЯ имени Абылай Хана,
Алматы, Казахстан
электронная почта: madbanshi@gmail.com
Научный руководитель: м.г.н. Абдижаппар Айгерим

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ПЕРЕВОДЧИНОЙ ИНДУСТРИИ

В статье рассматривается значение и значение перевода как акта, с чего началась история перевода и почему на протяжении веков так кардинально менялась точка зрения общества на сам перевод и конкретно на переводчиков, и какие проблемы возникли из-за этих изменений.

Автор приходит к выводу, что появление легкого доступа к искусственному и машинному переводу в наши дни, а также внезапный рост всей переводческой индустрии негативно отразились на работе отрасли. И, к сожалению, ситуация продолжает ухудшаться.

Ключевые слова: перевод, индустрия, изменения, незнание, развитие, проблемы, технический прогресс, оплата, неграмотность, агентства.

Veter N.,

Student of Faculty of Translation and Philology
Ablai khan KazUIRandWL,
Almaty, Kazakhstan
e-mail: madbanshi@gmail.com
Scientific supervisor : MA Abdizhappar Aigerim

MAIN PROBLEMS OF MODERN TRANSLATION INDUSTRY

The article is concerned with the meaning and significance of translation as an act, what does translation history started like and why through the centuries the viewpoint of society according translation itself and translators specifically changed so drastically and what problems has emerged due to this changes.

The author comes to the conclusion that the emergence of easy access to artificial and machine translation nowadays along with the sudden growth of the whole translation industry have affected the work of the industry in the bad way. And sadly the situation keep getting worse.

Key words: translation, industry, changes, ignorance, development, problems, technological progress, payment, illiteracy, agencies.

Have you ever wondered - how it feels – to speak another language, to understand it and moreover, to think in it? Sounds mesmerizing as it is but we'll tell you there is more than just that beyond the curtains of multilingualism. For years straight translators study their target languages from A to Z to become proficient in the area they want to work with. But all these hours and hours of hardwork go to no use the moment you face the translation industry in all colors.

Firstly, it's needed to be mentioned what is translation itself. Skimming through the dictionaries we may see that the definition of word ‘translation’ slightly differs from one dictionary to another. If we'd taken Cambridge dictionary, it defines ‘translation’ as: ‘something that is translated, or the process of translating something, from one language to another’ in simple words. However, it also has two other definitions of translation as ‘the activity or process of changing the words of one language into the words in another language that have the same meaning’ and ‘a piece of writing or speech in one language that has been changed into another language’ [1], which fits our theme better as we're overlooking the translation as an act of rendering some piece of information from one

language to another. And this is exactly how other, Merriam-Webster's dictionary, defines the 'translation': an act, process, or instance of translating, such as

a: a rendering from one language into another and also the product of such a rendering

b: a change to a different substance, form, or appearance – which is basically something we call a 'conversion'. [2]

As we can see, translation as an act is way more complicated than we get used to count it. And what is important to mention – it's that translation always had a purpose. You'd hardly ever met a person doing translation just for fun because it's not as simple as it seems to be. The act of translation itself requires a bunch of knowledges in the particular area and a specialized vocabulary if you're performing the technical translation. It also requires a wider vocabulary than common men have behind their back and a prominent knowledge of both original and target languages. Translation helps people to understand each other and exchange cultures without the retreat from their own ones or appropriation. Therefore translators have always played a major role in society. Early medieval translators contributed to the development of modern languages and national identities around these languages. Translators went on playing a major role in the advancement of society for centuries.

From the antiquity and the very first major translation in western history – the translation of the Hebrew Bible into Greek around the 3rd century B.C. and to our days – translation and translators themselves played a big role in the development of modern languages as we know them now and translators were always highly respected for their work.

However, after being highly regarded alongside literary, academic and scientific authors for two millennia, many translators have become invisible in the 21st century, and their names are often forgotten on the articles, books, websites and other content they spent days, weeks or months to translate. [3] We can say it somewhat started in the 19th century. Let's start a little earlier in that case – while during the early 18th the translator was compared to an artist with a moral duty both to the work of the original author and to the receiver, with 19th century coming, there appears two conflicting tendencies: the first considered translation as a category of thought and saw the translator as a creative genius, who enriches the literature and language into which he is translating, while the second saw him through the mechanical function of making a text or an author known. [4]

And here we can notice as the way people see translators starts changing - from a carrier of thought and a creator, translator turns into a simple mediator between the reader and the author of the thought he is translating. It's not a bad change as translators still get the recognition and is valued properly but it gets worse throughout 20th century and to 21st century specifically.

So what could have changed the picture so drastically? The leading role in that change goes to technology development. The internet has fostered a worldwide market for translation and localisation services, and for translation software. It has also brought many issues, with precarious employment and lower rates for professional translators, and the rise of unpaid volunteer translation including crowdsourced translation. [3] With computer-assisted translation and machine translation becoming easy-available, people start to forget that being translator is much more than just being bilingual and implies more specified skills, along with a thorough knowledge of the subject matter. It leads us to the image of modern translation industry – forced development caused by the establishment of the internet and uncontrollable growth of the number of content which needs to be translated has been finished in an unbelievable spring in global translational market. But even though with the easy internet access and a fast way of communication between the translators and clients all around the world the industry seems to be developing in mainly positive aspects, the availability of machinery translation and the variety of services who's willing to perform any type of translation needed clearly has bad influence on the industry as well.

Why? Let's do an overlook of problems translation industry bears with nowadays. Due to the sudden and instant growth of the industry itself as well as of the area it covers translation industry had no other choice but to adopt the newly found technologies, which followed the process of globalization and the rise of technological progress. And while these technologies, like artificial intelligence, machine translation, post-editing, automated translation and tech-driven consistency may be quite helpful in getting possibly not better but faster results – they're also damaging the industry from the inside.

Because now there are a lot of people with no translation degree or even with no knowledges of other languages who confuses the industry and drops the average cost of translation per being ready to work for peanuts.

With this we can start our list of problems that are currently plaguing the industry:

1. Translators aren't being properly vetted

On Glassdoor, a site where employees can post reviews of their employer, someone wrote on one of the biggest companies in the industry:

“They lie to clients that their documents will be handled internally, while all are sent to unverified translators in other countries. Anyone can work for [redacted] if they have a computer and pass an easy 300 word test.”

That was copied word for word because it holds such truth for how a lot of agencies in this industry are run. It’s a good business model: get cheap labor from another country (or even within their own country), charge the client 200% more than what you paid the translator, and then pray the poorly-paid translator did a good enough job that the client won’t complain.

Almost all agencies use independent contractors and not employees. That means many agencies only speak to the translator through email, where it’s much easier to disguise fluency in languages, credentials and even if you’re the person you’re claiming to be. It’s a slippery slope, which is why a thorough vetting process needs to be in place. [5]

2. Astonishing ignorance and illiteracy of people who run the industry and work in it.

But the problem of vetting has not only one side with illiterate translators being hired for serious projects. Moreover, the people who distribute work between translators can be illiterate too, which causes big problems before the translation has even started.

As Steve Vitek, an experienced technical translator and beholder of a little translation agency has noticed in his article on the one of the biggest problem in translation industry:

‘One of the biggest problems with the “translation industry” is the astonishing ignorance of the people who run the “industry” and work in it.

A few years ago, I was contacted by a project manager of a translation agency I had never worked for before about my availability for a major potential project involving translations of many emails and other documents from Russian to English.

Just for the heck of it, I asked the project manager in my response to her email whether the project was really in Russian. Well, not just for the heck of it, because it did happen to me many times that a project that was offered to me by an agency’s project manager as a Japanese document for translation was in Chinese or Korean. In fact, when a translator receives an email about something called by the project manager simply a “document”, it’s clear that the poor PM has absolutely no idea what’s in the “document,” because otherwise the title or the subject of the document could be mentioned and it could be described as an unexamined patent application, examined patent application, published patent, office action, company profile, medical autopsy report, computer game manual, etc.

I mostly translate myself, but when I work as a translation agency, I never send a “document” to a translator. I always identify the potential translation project because I actually know what’s in the “document.” But when I deal with a translation agency, something like that happens only if the “document” is already provided with a summary in English. The content and the nature of “documents” that are in languages such as French or Spanish can be often guessed by monolingual PMs who only know English, but this is not the case with documents that are for example in Japanese or in Russian.

The answer to my cheeky question about the upcoming project was “Well, it must be in Russian because the documents are written in Cyrillic.” The poor PM not only could not read Russian, but on top of that, she was also completely ignorant of general basic facts about an important group of languages that were foreign and completely opaque to her: such as the fact that although the documents for translation that appeared to her to be in Russian because they were written in the Cyrillic alphabet might have been in Russians, they could also have been written in several other languages including Ukrainian, Belorussian, Serbian, Bulgarian, or Macedonian, and as a result of Russification during a long era of Soviet rule, also in languages spoken in Uzbekistan, Azerbaijan, Tajikistan, or even Mongolian.

I did not make myself available for the project because I know from experience that ignorant PMs often create problems that will be eventually blamed on the translator, even when the crux of the problem may have been beyond the powers of a mere translator.

For example, in my example of a PM who is unable to even read the files that she is assigning to different translators because they are in the Cyrillic alphabet, a big problem can be created when the PM sends documents written by the same person on the same subject to several different translators who will be using different terminology, instead of making sure that they are sent to the same translator. And the PM in my example, an example from real life of a real translator, was clearly unable to do so.

If there is a problem with a translation: “Shoot the translator!” is generally the typical response from the

“translation industry.” And given the depths of ignorance on the part of the people running the “industry” and working in it, this is really the only kind of response that the “industry” is capable of, isn’t it? For example, should a customer have a legitimate complaint about a problem in a translation, how was the PM that I mentioned in the introduction to my silly blog post today supposed to find out what the actual problem was?

Of course, it is not humanly possible for a translation agency’s project manager to understand every language or every subject that he or she is asked to manage. But therein lies one of the biggest predicaments of the “translation industry.” The “industry” is eager to advertise itself as being imminently qualified to translate every subject from and into every language, which is of course an impossibility.’ [6]

3. Translators are being barely paid

And all these translators get on their heads aren’t seemed to be at least covered up with the payment most of the time. The truth is translators being poorly paid for the amount of effort they put into their work. It especially spreads on written translation.

With the flood of uneducated people who pretend to be translators through the usage of machine translation, the cost of translators’ work getting lower and lower day by day. Working with translation agencies translator wouldn’t get much money as agencies have tendencies to charge a high price for clients and keep the most of the fee to themselves. [5] With that, sometimes we cannot even realize how little some translators are being paid. But if the translator isn’t being paid a fair wage, then what incentive do they have to turn in a high-quality translation?

4. There are few quality standards

The thing is most of the agencies don’t have a person who can proofread the completed translation, because they mostly deal with independent contractors which supposedly haven’t been properly vetted and the agency has to put a lot of faith and trust in the translators they work with. And if, in addition, those translators aren’t being properly paid, what intend do they have to spend their time slaving away to make translation perfect?

So with no proper way of assessment and with a little to no knowledge of who the translator even is, an agency’s knowledge on whether a translation is acceptable or not turns out to be a simple guesswork.

5. Machine translation overpowering human translation

With the establishment of technological progress and emergence of various tools making the translation easier there comes out new tendency among the translation agencies – lately they tend to use a machine translation on some piece in need of translation and then ask an educated translator to proofread it for a very low fee. Not only that it’s devalues the work of a translator, it also confuses many people as they start to think: ‘Why would I need a translator if I can use a machine translation for free?’ Of course it is possible, but because of the availability of the machinery translation people do not understand what translation really is and what an effort it takes to perform a good translation.

The thing that we need to mention more often is that machine translation is quite useful at the times and it can be really what you need if you want a fast, low or average quality translation. But for the technical translation and significant documents, pieces and projects which need translation machine translation will be nearly inappropriate as it will never take into account the nuances that a person trained for this will take during the translation.

With all these aspects coming out we can say that people today do not know how to use explosion of technological progress rationally and while from a certain point of view technologies give us a lot of advantages in terms of working with, searching and processing any type of information we may want at all – if we’re talking about the translation industry and how it was affected by the drastic growth and uprising trends of machine and automatic translations, it’s worth mentioning that as long as translation become easier and faster for common people, industry itself and more importantly the translators are suffering from the flood of easy-made but low-quality machine translations, from the ignorance and illiteracy of people who run the industry and those who pretend to be translators while knowing almost nothing about the work and specific features of the languages they’re trying to translate through free-to-access online services.

REFERENCES

1. Cambridge Advanced Learner’s Dictionary, CALD. – University of Cambridge, 1995.
2. Merriam-Webster’s Advanced Learner’s English Dictionary. – An Encyclopaedia Britannica Company, 2008.
3. Lebert M., ‘A short history of translation and translators’ article. – 2020.
4. Dr. Datta G. Sawant, ‘History of Translation’ article. – Research Gate, 2013. – p. 6-8.
5. ‘4 Major Problems with the Translation Industry’ article. – atomicscribe.com, 2015.

-
6. Vitek S., ‘One of the biggest problems with the Translation Industry’ article. – 2018.
 7. Pisarova M., ‘7 key trends for the translation industry in 2020’ article. – 2020.
 8. Simon Akhrameev, ‘Sad truth about the translation industry’ article. – 2016.

УДК 347.78.034

Gaparova I.I,
 Ablai Khan KazUIRandWL
 Speciality: «5B020700-Translation study»
 Almaty, Kazakhstan
 e-mail: gaparova_indira@mail.ru

GENRE AND STYLISTIC FEATURES OF TRANSLATION OF TECHNICAL TEXTS IN THE IT FIELD

With the development of the IT sphere, companies began to appear, specializing in various areas, such as sales of software and software equipment, its installation and support, security, etc. In this regard, the need for translation in the IT sphere has increased. the topic of translation of technical texts in the IT field and their genre and stylistic features.

Key words: technical translation, IT sphere, information technology, genre and stylistic features

Гапарова И. И.,
 КазУМОиМЯ имени Абылай хана
 Специальность: «5B020700-Переводческое дело»
 Алматы, Казахстан
 e-mail:gaparova_indira@mail.ru

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ В ИТ СФЕРЕ

С развитием сферы ИТ начали появляться компании, специализирующиеся в самых различных направлениях, таких как продажи программного обеспечения и программного оборудования, его установка и поддержка, безопасность и т. д. В связи с этим возросла потребность в переводе в ИТ сфере. В данной статье рассматривается тема перевода **технических текстов в ИТ сфере и их жанрово –стилистические особенности.**

Ключевые слова: технический перевод, ИТ сфера, информационные технологии, жанрово-стилистические особенности

Сфера информационных технологий — относительно новая область, которая получила свое распространение во второй половине 20 века. Автор приходит к выводу, что именно в ИТ стремится перейти больше всего представителей других профессиональных областей. Глобальные компьютерные сети создают параллельную реальность: уже сейчас люди общаются в интернете, смотрят фильмы, читают книги, покупают товары и продукты, даже совершают преступления в сети. А значит, как в настоящем городе, сетевая инфраструктура будет только процветать: социальные сети, магазины, онлайн-кинотеатры, и т.д.

Действительно, сфера работы специалиста по информационным технологиям весьма велика. Существует также очень много направлений работы таких специалистов. **Многие из них имеют глобальный характер, что приводит к необходимости коммуникации на различных языках. И в этом деле крайне необходима профессия переводчика. Подобное взаимодействие повышает востребованность переводчиков, которые являются связующим звеном двух культур.**

Работу переводчика усложняет и разнообразие переводимых документов. К ним относятся руководства по эксплуатации аппаратного и программного обеспечения, технические описания, статьи, пресс-релизы, сравнительные обзоры и т. д. В круг задач ИТ-переводчика входит также локализация программного обеспечения (ПО), в частности, перевод компьютерных игр.

Международное сотрудничество в сфере ИТ являются важной стратегией государственного развития.

Далее становится необходимым дать определения понятию технический перевод и раскрыть его особенности. Технический перевод и его особенности :

А.В. Федоров определяет перевод как:

1) процесс, совершающийся в форме психического акта и состоящий в том, что речевое произведение (текст или устное высказывание), возникшее на одном — исходном — языке (ИЯ), пересоздается на

другом — переводящем — языке (ПЯ);

2) результат этого процесса, т. е. новое речевое произведение (текст или устное высказывание) на ПЯ.

А.В. Федоров утверждает, что цель перевода –1) как можно ближе познакомить читателя (или слушателя), не знающего ИЯ, с данным текстом (или содержанием устной речи);2) перевести — значит выразить верно и полно средствами одного языка то, что уже выражено ранее средствами другого языка. А.Д. Швейцер трактует перевод как важное вспомогательное средство, которое обеспечивает выполнение языком его функции общения, когда люди выражают свои мысли на разных языках. Перевод – это акт межъязыковой коммуникации [1; 13].

Технический перевод-это перевод научно-технической документации для людей, говорящих на разных языках. Технический перевод подразумевает перевод технических текстов. К нему относятся: техническая документация, научные статьи, технические инструкции и т.д.

Технический перевод – один из сложнейших видов перевода. Это связано с большим количеством требований, предъявляемых к подобной работе. К техническому переводу относят все научно-технические тексты, документы, инструкции, доклады, справочники и словари. Тексты такого плана изобилуют специфической терминологией, что составляет главную трудность технического перевода. Термин представляет собой слово или сочетание слов, которое точно называет явление, предмет или научное понятие, максимально раскрывая его смысл.

Основные виды технического перевода:

Перевод технической документации, несущих специфическую информацию, касающуюся различных областей знаний. Особенность подобной работы состоит не только в переводе отдельных слов, фраз и предложений. Переводчик должен учитывать специфические стороны тематики конкретного заказа, именно это определяет квалификацию технического переводчика в той или иной области.

Перевод паспортов на оборудование. Ввиду особой значимости информации, указанной в паспортной документации, это достаточно сложный перевод, качественно выполнить которой может лишь тот, кто прекрасно владеет техническими терминами и может донести информацию на языке профессионалов. Он требует также соблюдения всех норм и стандартов, применимых в данной отрасли.

Перевод научно-технической литературы – это масштабная работа, для выполнения которой требуются все знания и накопившийся опыт переводчика, так как в этом случае переводчик должен передать не только точный смысл текстов, но и отразить индивидуальные особенности стиля авторов оригинального текста.

Перевод технических текстов предполагает точное определение терминов без потери смысла. Это могут быть переводы на автомобильные, строительные и другие узкоспециальные темы. Подобный перевод имеет одну важную особенность – переводчик должен хорошо разбираться в тематике перевода, так как иногда технические термины не имеют актуальных соответствий в русском языке.

Перевод инструкций, прикладываемых к различным устройствам и оборудованию, а также руководств пользователя, наладки и ремонта оборудования, требует от переводчика лингвистических знаний и умения излагать сложные вещи простым языком.

Перевод каталогов оборудования выполняется, как правило, в тесном сотрудничестве со специалистами клиента, поскольку в большинстве случаев необходимо четко следовать внутренним гlosсариям и стандартам перевода и оформления документации, принятым в компании клиента.

Главная особенность технического перевода – требование к его высокой точности (эквивалентности). Задача переводчика – передать информацию максимально близко к оригиналу. В противном случае в тексте могут возникнуть искажения, ведущие к неправильному пониманию важной информации. Подбор лексики осуществляется тщательно и обдуманно. Построение фраз должно быть логичным и осмысленным. К другим требованиям технического перевода относят адекватность и информативность. Не менее важно выдерживать стиль подобных текстов. Сюда относится не только лексика, но и грамматический строй текста, а также способ изложения материала. Чаще всего это формально-логический стиль.

Далее рассмотрим **жанрово-стилистические особенности перевода технических текстов в IT сфере**. Смирнова относит к особенностям лексического состава английской научной литературы в области информационных технологий следующее

1. Абстрактность. Значительное употребление слов с абстрактной семантикой объясняется тем, что обобщение фактов действительности требует использование слов, которые бы выражали наиболее общие признаки предметов и явлений. Например, research, problem, approach, control и пр.

2. Широкое использование книжных слов. Это связано с тем, что одно и то же понятие можно выразить

разными словами, преимущественно, латинского (чаще всего используются в научной литературе) или англо-саксонского происхождения. Например, “to say” заменяется на “to state”, “event” – “phenomenon” и т.д. 3. Научная терминология. Признаки термина - объективность, точность, независимость от контекста. Компьютерная терминология разделяется на три группы : К первой группе относятся специфические компьютерные термины, употребляемые только специалистами. В сфере ИТ используются иноязычные вкрапления из английского языка. Иноязычными вкраплениями номинируются в русском языке иностранные названия фирм-производителей компьютерной техники: Asus Genius; Apple; Kingston; LG Electronics; Logitech; Samsung; Scarlett; EricssonSony; названия операционных систем: Microsoft Word; Excel; PowerPoint; PDF Reader; Windows; Media Player; Total Security; TeamViewer; обозначения внешних накопителей данных: CD-ROM, DVD-RW и т.д. Ко второй - слова, заимствованные из других областей, которые в сфере компьютерных технологий обрели новое значение. Третью группу составляют общелитературные слова, которые приобрели терминологическое значение в результате компьютерного общения., например жарг. чайник ‘человек, плохо разбирающийся в компьютере, неумелый пользователь. 4. Неологизмы (слова или словосочетания, появившиеся в языке недавно). 5. Общеупотребительные слова составляют весомую часть лексического состава научно-технических текстов. 6. Значительную роль также играют служебные слова – предлоги и союзы. 7. Аббревиатуры и сокращения В английском языке сокращения делятся по звуковому и графическому оформлению, соответственно, существует две группы сокращений – акронимы и аббревиатуры . Аббревиатуры состоят из начальных букв слов, входящих в словосочетание: CPU – Central Processing Unit – центральный процессор; DA – data available – доступные данные; URL – Universal. Например, термин «QHD» может расшифроваться по-разному и иметь два значения: Quad High Definition (QHD), что является упрощенной частью аббревиатуры «WQHD», и Quarter High Definition (qHD). Учитывая то, что оба термина практически всегда пишутся с заглавной буквы, порой бывает трудно понять, о каких из двух аббревиатур «QHD» идет речь — в значении «qHD», который обозначает экран с разрешением 960 x 540 пикселей или «WQHD», обозначающий экран монитора 2560 x 1440 пикселей.

Рассмотрим следующий пример: *Quiet fanless design, noise-reduction software, complete connectivity, premium back-lit keyboard, QHD antiglare display and so much more.*

Безвентиляторная система охлаждения, программное обеспечение для снижения уровня шума, полный набор портов, клавиатура премиум-класса с подсветкой, дисплей сверхвысокой четкости (QHD) с антибликовым покрытием и многое другое. В данном, чтобы избежать путаницы, применяется описательный способ перевода, указав в скобках аббревиатуру, так как под стандарты сверхвысокой четкости попадает еще один термин, обозначающий вид разрешения — 4K Ultra HD. Различия в значениях прослеживаются и у однокомпонентных терминов, близких по своей семантике. Так, например, важно знать и помнить, что слово «storage» скорее обозначает встроенную память, а слово «memory» — оперативную память. Одновременно прослеживается феномен полисемии у некоторых слов. Слово «connectivity» имеет одно главное значение — «возможность подключения», однако, в зависимости от контекста, значение необходимо расширять, так как это может быть и «возможность подключения к сети Интернет», и «возможность подключения к другим устройствам (наличие портов)»

Сокращения - это краткое обозначение чего либо. В отличие от аббревиатур, которые воспринимаются по названиям букв, акронимы (вид аббревиатуры, образованной начальными звуками) воспринимаются как обычные слова. Например, термин-сокращение «laser» (Light Amplification by Stimulated Emission of Radiation). В русском языке это слово также является акронимом – «лазер» (оптический квантовый усилитель). В русский язык акронимы переносятся в качестве новых терминов методом транслитерации («radar» – радар) [21]. Сокращения бывают буквенные (инициальные – бывают 2-х, 3-х, 4-х компонентные и более), слоговые, смешанные (буква + слог), усеченные слова, стяжения, а также сокращения с помощью средств символики. В текстах ИТ сферы лексические сокращения часто представлены усечениями, представляющими собой опущение части слова, например, *inet* – Internet - опущена середина слова, *20 app* – application - опущена конечная часть. Кроме этого, существуют так называемые телескопические сокращения (образованные из начала и конца составляющих слов), например: *bit* - binary digit [18]. Итак, к основным лексическим особенностям сферы информационных технологий относятся: абстрактность, частое использование книжных слов, научная терминология, неологизмы, общеупотребительные слова, служебные слова, а также аббревиация и сокращения.

Рассмотрим грамматические особенности текстов сферы информационных технологий. Что касается грамматической структуры предложений английского научно технического текста, то основная форма предложений здесь - сложносочиненные и сложноподчиненные предложения. Это обуславливает широкое употребление составных союзов и предлогов, а также неличных форм глагола в функции обстоятельства и дополнения и соответствующих причастных, инфинитивных и герундиальных оборотов. Особо следует упомянуть абсолютные причастные конструкции, вводимые предлогом **with**, которые облегчают структуру предложения. Также, в английской технической литературе часто употребляется страдательный залог. Помимо этого, часто используются безличные и неопределенноподличные конструкции типа: **it is ...**, а также инверсия для логического выделения отдельных смысловых элементов. Нередки в научно технической литературе случаи опущения артикля (особенно определенного) там, где в текстах другого стиля его употребление абсолютно обязательно. Стоит упомянуть особенности написания заголовков: первое - в английском языке все заголовки принято писать с заглавной буквы, в отличие от русского; второе - английские заголовки часто выражены инфинитивом, например — **To Create A New Folder**. В подобном случае, при переводе на русский не рекомендуется 21 сохранять оригинальную конструкцию, а переводить заголовки с помощью существительного, т. е. Создание новой папки [13]. Таким образом, переводчикам необходимо знать и учитывать в переводе существующие грамматические особенности текстов сферы информационных технологий. Проведем небольшой анализ текста.

Supercomputer is the fastest type of computer. Supercomputers are very expensive and are employed for specialized applications that require immense amounts of mathematical calculations. Суперкомпьютер - самый быстрый тип компьютера. Суперкомпьютеры очень дорогие и используются в специализированных областях, требующих огромных объемов математических расчетов. [с.23 с. 2] Трансформация генерализации, благодаря которой словосочетание «for specialized applications» «специализированных приложений» трансформируется в «специализированных областях», как видим слово «applications» заменяется на более обширное понятие. *Weather forecasting, animated graphics, fluid dynamic calculations, nuclear energy research, and petroleum exploration require a supercomputer.* .Супер компьютер нужен для прогноза погоды, анимированной графики, гидродинамические расчеты, исследования ядерной энергетики и разведки нефти. В данном переводе трансформация перестановки словосочетания «require a supercomputer». *Mainframe is a very large and expensive computer capable of supporting hundreds, or even thousands, of connected users simultaneously. In some ways, mainframes are more powerful than supercomputers because they support more simultaneous programs. But supercomputers can execute a single program faster than a mainframe.* Майнфрейм - это очень большой и дорогой компьютер, способный поддерживать сотни или даже тысячи подключенных пользователей одновременно. Транслитерация слова «*Mainframe*» .В какой-то степени, майнфреймы более мощные, чем суперкомпьютеры, потому что они поддерживают больше одновременные программы. Но суперкомпьютеры могут выполнять одну программу быстрее чем майнфрейм.

В результате исследования можно сделать вывод что, основной стилистической чертой такого текста является точное и четкое изложение материала при полном отсутствии выразительных элементов, которые придают речи эмоциональную насыщенность. Основными требованиями, которым должен отвечать технический перевод в ИТ сфере, являются: точность - все положения, трактуемые в оригинале, должны быть изложены в переводе; сжатость - все положения оригинала должны быть изложены, сжато и лаконично; ясность - сжатость и лаконичность языка перевода не должны мешать изложению лексики, ее пониманию; литературность - текст перевода должен удовлетворять общепринятым нормам литературного языка, без употребления синтаксических конструкций языка оригинала.

ЛИТЕРАТУРА

1. Веснина, Д. А. Лексико-семантические и грамматические особенности маркетинговых текстов сферы информационных технологий в аспекте перевода / Д. А. Веснина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 4 (108). — С. 887-889. — URL: <https://moluch.ru/archive/108/26094/>
2. Иванова, С. В., Николаева А. В. Роль «пустых» слов в тексте рекламы (на материале англоязычных рекламных текстов) // Политическая лингвистика. — 2011. — № 4 (38) — С. 202–209 2.
3. Завадский, И. А. Типичные ошибки при переводе маркетингового текста. [Электронный ресурс] // URL: <http://just-translate-it.ru / oshibki-v-marketingovuyx-perevodax /> (дата обращения: 03.02.2016)
4. https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/35195/Teksty_na_anglijskom_yazyke_dlya_chteniya_i_perevoda.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Danebek A.K.
 Student of “B036 -Translation studies”
 Ablai khan KazUIRandWL,
 Almaty,Kazakhstan
 E-mail: aika_danebek@mail.ru
 Scientific supervisor: MA Baidildayeva A.K.

LEXICAL-GRAMMATICAL PROBLEMS OF TRANSLATION FROM ENGLISH INTO RUSSIAN

The relevance of the topic chosen due to know about possible difficulties in the translation from English to Russian. It's shown that comprehension is a complex skill, requiring hard work. The article was covered lexical-grammatical problems of translation, to which lots of examples were given. As well as some solutions to the problems, which help in translation. It is a main conclusion of this article that translator should know and see the problems which he was confronting and being able to avoid them.

Key words: translation, problems, foreign texts, homonyms, grammar, vocabulary, synonyms, contextual meaning.

Данебек А.К.
 студентка КазУМОиМЯ имени Абылай хана
 Специальность «В036-Переводческое дело»
 Алматы, Казахстан
 E-mail: aika_danebek@mail.ru
 Научный руководитель: м.г.н. Байдилдаева А.К.

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ

Актуальность выбранной темы обусловлена проблеме возможных трудностей при переводе с английского языка на русский. Показано, что понимание текста это сложный навык, требующий упорного труда. В этой статье рассматриваются лексические и грамматические проблемы перевода, к которым приведены множество примеров. А также даны некоторые решения проблем, которые помогут при переводе. Главным заключение данной статьи является то, что переводчик должен знать и видеть проблемы, с которыми он может и уметь их избегать.

Ключевые слова: перевод, проблемы, иноязычные тексты, омонимы, грамматика, лексика, синонимы, контекстуальное значение.

Перевод является особым видом деятельности человека, рождение которого уходит корнями в глубокую древность, еще в дописьменные времена, когда разноязычными племена начали контактировать между собой. Сегодня переводческая деятельность стала важным и неотъемлемым элементом во многих областях знаний. Само понятие “перевода”, как утверждает лингвист Л.С.Бархударов определяется как процесс преобразования речевого произведения (текста) на одном языке в речевое произведение на другом языке при сохранении неизмененного плана содержание. Значит, при переводе возникает процесс замена слов языка, но при этом полностью сохраняется содержание текста. Также стоит упомянуть, что при переводе происходит взаимодействие не только между двумя языками, а также их культурами. И тут возникает проблема переводимости для переводчика. Например, когда переводчик переводит деловое письмо с английского на русский, английская форма обращения Dear Sir довольно часто передается обращениям Дорогой сэр. Эта формулировка не является естественной для русского делового стиля, тем не менее она приемлема при переводе, из-за большой толерантности русской культуры к иностранным заимствованиям. Более естественным для русского делового письма было бы, например, обращения Уважаемый господин директор, но это не является адекватным переводом в отношении лексико-семантического состава исходной фразы. Таким образом, переводчик может выбрать из двух соответствий то, которое допустима в данной ситуации.

При переводе текста с английского языка на русский переводчик сталкивается с определенными трудностями. Начнем с проблемой связанные с лексикой. Правильная подборка слов для полной передачи значение в переведимом тексте является одной из основных и наиболее сложных задач перевода. Трудность этой задачи объясняется сложной природой слова, его многогранностью и семантическим богатством.

При переводе с английского языка на русский слова, которые являются лексической единицей не всегда могут совпадать. Часто происходит такой случай, когда в процессе перевода одному слову в русском языке, в английском соответствует составное слово или целое словосочетание. Например

слово “карусель” переводиться на английском как *merry-go-round* или наоборот “to stare” – “пристально смотреть”.

Выбор слов и найти ему подходящее значение является одной из самых сложных лексических проблем, которое возникает при переводе. Все эти многочисленные трудности связаны с полисемией английского языка. Переводчик в процессе перевода часто использует толковый словарь, так как в тексте могут встретится незнакомые ему слова и нужно найти им значение. И тут может возникнуть трудность с переводом, так как слова могут быть многозначными. Наиболее многозначными английскими словами являются, например, *make*, *get*, *run*, *set*. Они могут иметь до нескольких сотен значений. [2] Перед переводчиком всегда будет стоять вопрос: какое из нескольких значений выбрать? В английском языке также есть омонимы – слова, одинаковые по произношению и написанию, но разные по лексическому значению. В пример можно привести такие слова как: *found* - “обеспечение” и “найденный”; *cover* – “обложка” и “хватить”, *crane* - “журавль” и “кран”. С такой трудностью сталкиваются не только переводчики, но, и те, кто изучают английский язык. Например, предложение “A weekly journal “Karavan plus” is published since February, 2000. Colour a cover.” они могут перевести слово “a cover” как “прикрытие” или “обложка”. Квалифицированный переводчик в тот же миг обратит внимание на общий смысл предложение, который определяет, что “обложка” в данном случае больше подходит по значению. В таких случаев, чтобы определить смысловые связи и выбрать нужное значение переводчиком нужно обратить внимание на соседние слова. Можно указать еще один пример в предложении “They ship silk to England” для тех, кто только начинает учиться переводить с английского, может выбрать самое распространенное значение слово “ship” – “корабль”. Тем не менее из контекста предложения можно понять, что здесь его нужно переводить как глагол: “Они отправляют шелк в Англию”. Выбрать соответствующее значение помогут знания грамматики – в английском предложении после подлежащего следует сказуемое.

Как мы упомянули выше многозначность английского языка крайне затрудняет перевод текста. Слова могут иметь несколько разных значений, при этом по смыслу они могут не так далеки друг от друга. Например, *power* - “сила, власть, держава, энергия, полномочия”; *record* - “запись, история, данные, протокол, отчет, рекорд, пластинка”, *community* - “сообщество, община, население, круги, объединение”. Правила перевода с английских многозначных слов сводятся к внимательному изучению контекста. Контекст играет очень важную роль при выборе нужного значения. Контекстуальные значения возникают в процессе употребления слов в речи, в зависимости от окружения, и реализуются под действием узкого или широкого контекста. Под контекстом следует понимать как языковое окружение, в котором употребляется та или иная лингвистическая единица. Основная задача контекста заключается в разрешении многозначности лингвистических единиц. Контекст помогает тем, что снимает у той или иной многозначной единицы все ее значения, кроме одного. Тем самым контекст придает той или иной единице языка однозначность и делает возможным выбор одного из нескольких потенциально существующих эквивалентов данной единицы в языке перевода.

Чтобы перевод текста полностью соответствовал оригиналу, переводчик составляет синонимический ряд слова. Синонимы используются для усиления и уточнения понятий, высказываний, с целью избежать повторения и т.д. Но не всегда синонимы могут быть взаимозаменяемыми, так как к одному контексту они идеально подходят, а к другому уже нет. Например, можно привести слово *brave*, которое переводится, как смелый, храбрый. В контексте: *She was brave about it* – можно заметить, что эти значения не подходят, поэтому нужно продолжить синонимический ряд и обнаружить, что возможно подходящими будут значения отважный и мужественный. Последний синоним более остальных подходит к контексту, и в целом фраза будет переводится как: «Она мужественно это перенесла». Неоднократно происходит так, что английское слово имеет много значений и отличается большой сочетаемостью, но при этом его употребление может не совпадать с употреблением русского слова. В результате оно будет переводиться на русский язык разными словами: *a young man* – молодой человек, *a young child* – маленький ребенок, *young in crime* – неопытный преступник и т.д. [3] Встречаются также слова, у которых значения в обоих языках практически целиком совпадают. Например, *to sleep*, *to talk*, *a book*, *a mountain* почти полностью соответствуют русским эквивалентами – спать, разговаривать, книга, гора.

Часто при переводе текстов могут встретится такие слова, как “ложные друзья переводчика”, которые могут ввести переводчика в заблуждение. Название таких слов объясняется тем, что они могут быть абсолютно иным значением, чем у похожих слов в родном языке. Эти слова возникли в разных языках, из-за их взаимного влияния. По причине их формального сходства, переводчик может предположить, что они взаимозаменяемы, и в конечном итоге совершаются множество ошибок при переводе текстов.

Когда люди изучают или применяют иностранный язык, они часто переносят свои языковые привычки на чужой язык. Родной язык, который закрепился в нашем сознании, наводит нас на установление ложных аналогий между формально похожими словами при переводе. Эти слова обычно делятся на две группы:

1. Схожие по форме, но совершенно отличаются по значению слова. Например, встретив в тексте слова *decade* и *complexion*, можно предположить, что они значат декада и комплекция, но потом выясняется, что их перевод абсолютно другой: *we can't allow another decade to pass before that happens* – Нельзя допускать, чтобы до того, как это произойдет, прошло еще одно десятилетие; *Which probably explains her flawless complexion* – Что, вероятно, объясняет её безупречный цвет лица.

2. Слова могут совпадать по форме и частично по семантике, но не могут быть взаимозаменяемыми: *special* – особенный, особый; *intelligence* – ум; *conductor* – дирижер; *to construct* – строить и т.д

Теперь нам всем известно, что перевод с английского языка на русский включает в себе множество трудностей. Одна из них – различное видение мира и связанная с этим языковая избирательность. Русский язык характеризуется большим числом длинных многосложных слов, в английском же, наоборот, преобладают краткие односложные слова. В английском языке чаще используются глагольные формы, а в русском – именные. Русский язык более эмоционален, в то время как английский более pragmatичен [1, с.24]. А также при переводе на русский язык лучше употреблять короткие словосочетания с послелогами, например: *compensate* – *make up for somebody* [4, с.37].

Таким образом, все вышеперечисленное говорит о том, что переводчику должен всегда стремиться к сохранению оригинала текста. При этом стоит помнить, что каждый язык особен по своему. Некоторые выражения могут быть привычны в одном языке и совершенно непривычны в другом. Главное, к чему нужно стремиться, так это к передаче образа и интенции оригинала.

Грамматическая структура языка – важная часть его общей системы, не менее важная, чем его лексика. Тем не менее многие грамматические проблемы связаны не только с грамматикой, но и с лексикой. Поэтому лучше рассматривать не грамматические, а лексико-грамматическими проблемы перевода. С точки зрения многих переводчиков при переводе текстов существует тесная связь между лексикой и грамматикой. Это обусловлена тем, что в процессе перевода часто приходится заменять грамматические средства лексическими. Например, при переводе притяжательного падежа (*Possessive case*) нужно вводить дополнительные лексические элементы, чтобы русское предложение было ясным и правильным.

Однако лексика не всегда возникает в грамматических проблемах, но все проблемы могут входить в лексико-грамматические. Теперь рассмотрим эти проблемы, которые вызывают трудности при переводе.

Начинающие переводчики должны заметить, что единственное и множественное число английского языка часто не совпадает с русским языком. Абстрактные существительные в английском языке являются существительными исчисляемыми, значит могут использоваться во множеством числе. Но в русском языке такие существительные являются неисчисляемыми и используется в единственном числе. Например: *A finely written novel about the lives and struggles of the people of Trinidad.*

Прекрасно написанный роман о жизни и борьбе народа Тринидада

В русском языке слова борьба некогда не имело форму множественного числа, а слово “жизнь” в его широком значение не употребляется во множественном числе.

Также можно привести в пример это предложение:

This policy of strength involves serious risks.

Эта политика силы влечет за собой серьезные последствия.

Абстрактное существительное “риск” не имеет множественного числа, и поэтому для адекватного перевода этого предложение используется исчисляемое существительное “последствия”.

Иногда правильный перевод предложение требует слово во множественном числе, и переводчикам часто приходится использовать дополнительное слово в нужном числе. В пример такому переводу можно привести такие слова как: *industries* – отрасли промышленности, *policies* – политические направления. Подобный случай может быть при переводе с русского языка, когда существительное во множественном числе переводится на английский язык с добавлением особых слов: советы — *pieces of advice*, сведения — *items of information*, новости - *pieces (items) of news*.

Артикли английского языка также могут затруднить перевод. Артикли больше свойственны аналитическом языкам. Как нам всем известно русские языки являются синтетическим языком, поэтому артикли английского языка не имеет соответствий в русском. Но некоторые лингвисты утверждают, что

в русском языке тоже в какой то мере присутствует артикль. Английский артикль, как определенный, так и неопределенный при переводе чаще всего просто опускается:

She observes that the problem of prison overcrowding exists in both developed and developing.

Она подчеркивает, что проблема переполненности тюрем существует как в развитых, так и в развивающихся государствах.

Однако не все кажется так просто. Трудность перевода артиклев заключается в том, что артикль может иметь дополнительные значение, которые должны быть переведены на русский язык. Давайте приведем два примера и сравним их:

- 1) A students' scientific conference on key issues of public administration theory abroad was held in February.
- 2) The students' scientific conference on key issues of public administration theory abroad was widely commented on in press.

В первом предложении подлежащим является неопределенный артикль, указывающим, что оно является смысловым центром высказывания, несущим «новую» информацию. При переводе эта функция неопределенного артикля передается размещением группы подлежащего в конце предложения, т.е. используется такая переводческая трансформация, как перестановка: В феврале состоялась студенческая научная конференция, посвященная ключевым вопросам теории государственного управления за рубежом.

Во втором предложении определенный артикль при подлежащем указывает, что «новая» информация содержится не в группе подлежащего, а в последующей части предложения. Это дает возможность сохранить при переводе прямой порядок слов: Студенческая научная конференция, посвященная ключевым вопросам теории государственного управления за рубежом, широко комментировалась в прессе.

Также можно рассмотреть такой случай, когда неопределенный артикль в русском языке выражается с помощью неопределенного местоимения. Неопределенный артикль может выражаться такими словами, как: некий, какой-то, один, один из, еще один, новый, очередной, некто, некоторый, своего рода, любой, каждый, всякий:

It was posted by a sophomore named Andrew Kilburn.

Его оставил некий второкурсник Эндрю Хилборн.

И в английских, и в русских существительных есть свои категории рода, но на этом их сходства заканчиваются. Род в английском языке никаким способом не отражает форму существительного, которая определяет род в русском языке, оно определяется его значением: одушевленные предметы могут быть мужского и женского рода: a man (he), a woman (she); неодушевленные предметы, относятся к среднему роду: a computer (it). Но есть такие слова исключения, когда неодушевленные существительные могут быть женского рода. При переводе переводчик должен учитывать это и не совершить ошибку при переводе. , Например, английское существительное ship ‘судно’, ‘корабль’ и название страны England ‘Англия’ часто относятся к женскому роду, о чем многие забывают при переводе. Например:

Судно с оборудованием только что вышло из порта. Через два дня оно доставит Вам его.

The ship with the equipment has just left the port. In two days she will deliver it to you.

Англия имеет пассивный торговый баланс. Стоимость ее импорта больше стоимости ее экспорта.

England has an unfavorable balance of trade. The value of her imports is greater than the value of her exports.

Трудности в переводе могут вызывать и различные местоимения, так как при переводе их употребление в русском и английском языках часто расходятся. В пример можно привести личные местоимение, основная задача, которых заключается в том, чтобы заменять существительное во избежание повторения. В английском языке местоимение часто предшествует тому существительному, которое оно заменяет. В русском языке подобный порядок следования местоимения и существительного привел бы к неясности высказывания.

Shortly before she left London with other prosecution witnesses, the witness Miss Lyons said she would go straight home.

Незадолго до того как свидетельница мисс Лайонс уехала из Лондона вместе с другими свидетелями обвинения, она сказала, что поедет прямо домой.

Из личных местоимений it является одним из самых распространенных местоимений в английском языке, а также это местоимение вызывает больше трудностей при переводе. У местоимение it есть свои различные функции, но когда it выступает в своей основной функции - личного местоимения, оно

переводится русскими местоимениями он, она, оно в зависимости от грамматического рода русского существительного.

It в безличных оборотах типа it is known, it seems, it is essential и т.п. переводится неопределенноличным оборотом со словами как известно, очевидно, очень важно и т.п. Например:

It is essential that the miners' executive committee should today unanimously fight Tory pit-closing policy. Чрезвычайно важно, чтобы Исполнительный Комитет шахтеров единодушно выступил против политики консерваторов, имеющей целью закрытие шахт;

It is hard to judge by his first book.

Трудно судить по его первой книге;

Местоимение it может также вводить и дополнение.

We still find it hard to judge from blueprints so the best thing is to let the members of the Communediscuss the sort of new homes they want.

Нам все еще трудно судить по чертежам, поэтому лучше всего предоставить членам Коммуны обсудить самим, какого рода новые дома им нужны;

Часто местоимение it в одном и том же предложении встречается в различных функциях и относится к разным существительным.

It is reliably reported that the board, submitting to Government stagnation policy, instead of publicly fighting it, has about 80 to 100 pit closures in mind if the position, as it sees it, does not improve.

Из достоверных источников сообщают, что совет, подчиняясь политике стагнации, проводимой правительством, вместо того, чтобы открыто бороться с нею, предполагает закрыть от 80 до 100 шахт, если положение, как оно расценивается им, не улучшится. [5]

В первом случае it является подлежащим безличного предложения (it is reliably reported) и переводится неопределенноличным оборотом: из достоверных источников сообщают; во втором случае it заменяет слово policy (instead of publicly fighting it) и переводится личным местоимением женского рода: вместо того, чтобы открыто бороться с нею; в третьем случае оно заменяет существительное board (as it sees it), а в четвертом – существительное position (if the position, as it sees it) и переводится: если положение, как оно расценивается им.

Выше рассмотрены те лексико-грамматические проблемы, которые могут ввести переводчика в заблуждение, и в силу этого требуют специального рассмотрения. К таким вопросам относятся трудности перевода артикла, некоторых категорий существительного и местоимений.

В этой статье мы рассмотрели лексические и лексико-грамматические проблемы, которые возникают при переводе иноязычных текстов. Перевод иноязычного текста является очень сложным процессом, который много усилий и отличного знание языка. Тем не менее, если переводчик имеет хорошие знание касательно грамматических норм и лексики еще не гарантирует отличный результат. Проблемы перевода с английского языка на русский могут быть вызваны по разным причинам – от проблем с определением значения слова до непонимания особенностей грамматики английского языка, которые представляют интерес с точки зрения перевода и которые часто являются камнем преткновения для начинающих переводчиков. Как мы упомянули выше, главная задача любого переводчика – получить адекватный оригинал текст, максимально близкий ему по смыслу и стилю. Тем не менее каждый язык имеет свои особенности и трудности, поэтому точно передать нюансы значений бывает сложно. Справиться с этой проблемой переводчику поможет разбор основных ошибок перевода с английского на русский.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов, Л. С. Язык и перевод. - М.: 1990. С. 100.
2. Бреус Е. Я. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский. - М.: УРАО, 1998. С. 120.
3. Комиссаров В. Н. Теория перевода. – М.: 2006. С. 156.
4. Латышев Л. К. Технология перевода. - М.: 2000. С. 78. 5. Тюленев С. В. Теория перевода. – М.: Гардарики, 2004. С.
5. Подгайская, И.М. Лексические и грамматические проблемы перевода - 2019. С. 149.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТЕКСТОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В ПАРЕ ЯЗЫКОВ АНГЛИЙСКИЙ-РУССКИЙ

Статья посвящена анализу лингвистических особенностей текстов туристического дискурса в англо-русской языковой паре с целью учета их лингвистической и культурной специфики в процессе перевода. В статье рассматриваются основные характеристики текстов данного типа дискурса, характерные как для английского, так и для русского языков, а также выделяются их различия.

Ключевые слова: туристический дискурс, сравнительный анализ туристского дискурса, перевод туристского дискурсивного текста, проблемы перевода текстов туристского дискурса.

Doshym Zh.,

Undergraduate of Philology and Translation studies of

Ablaikhan KazUIR and WL,

Speciality «5B020700-Translation facility»

Almaty,Kazakhstan

E-mail:doshym.zhuldyz@bk.ru

COMPARATIVE ANALYSIS OF TOURIST DISCOURSE TEXTS IN A PAIR OF LANGUAGES ENGLISH-RUSSIAN

The article is devoted to the analysis of linguistic features of tourist discourse texts in the English Russian language pair in order to take into account their linguistic and cultural specifics in the translation process. The paper considers the main characteristics of tests of this type of discourse which are characteristic of both English and Russian, and also highlights their differences.

Key words: tourist discourse, comparative analysis of tourist discourse, translation of tourist discourse text, problems of translation of texts of tourist discourse.

Tourism is a sphere of international cultural-mediated communication, which is characterized by the interaction of elements of different institutional genres, the manifestation of socio-and linguistic-cultural features of written and oral forms of communication, which determine the tourist genres with their versatility. A feature of tourist discourse is limited in scope (tourism), in the presence of argumentative potential, contributing to the effective persuasion of the addressee to go on a journey with a purpose leisure or self-education..Tourist discourse is primarily aimed at the realization of an informative goal, for this reason, the study of texts of tourist discourse, their specifics and problems of translation into Russian language is relevant today, as it is associated with overcoming both linguistic and linguistic-cultural barriers. Tourism discourse is a type of discourse that is used in the field of tourism, mass-informational institutional discourse. In a broad sense, a tourist discourse is a text that includes forms of communication where one of the components is present: the subject, the addressee or the content of the message. In a narrow sense, it is a kind of discourse, the purpose of which is to inform tourists and popularize the tourism sector. Tyuleneva N. A. and a number of other linguists are of the opinion that “tourist discourse is a kind of advertising discourse that combines all types of tourism advertising and is aimed at positioning and promoting tourist services through argumentation strategies that have a linguocognitive nature». Pogodaeva S. A. draws attention to the fact that a feature of tourist discourse is “a limited scope of application (tourism), in the presence of argumentative potential, promoting effective to convince the recipient to travel for recreation or self-education.

The researcher defines the tourist discourse as a special mass-information and status-oriented institutional discourse”, and believes that in its pragmatic orientation (to sell tourist products) and high information saturation, the tourist discourse converges. The main purpose of tourist discourse texts is to acquaint readers with the history of a country, a particular city, etc., with their past and present, sights, culture, geography, in other words, with country-specific information. **One of the main means of expressing this country – specific information is the verbal elements of tourist discourse texts, which have national-cultural semantics.** Such words are the words-realnia that explicate the socio-cultural dominants of the texts of tourist discourse. Researchers identify

specific characteristics of tourism discourse: 1) communicants of dialogical communication: tour operator – client; guide-potential traveler; 2) location: office, museum, tourist bus, street, virtual space; 3) goals of the parties: profit - getting a tourist service, which is associated with obtaining new impressions and knowledge, waiting for pleasure; 4) key concept: travel (Filatova 2014); 5) strategies: positive strategy (Goncharova 2012), argumentative and cognitive strategies for positioning and promoting tourist services. The translator must produce the same communicative effect on readers in the target language that the original produces on native speakers. Otherwise, readers will find the text too complex and stop reading it.

In addition, there are five types of influences that should be taken into account when translating tourist texts:

- the influence of associative and connotative meanings;
- influence of different understandings and thoughts;
- influence of metaphors and expressions;
- influence of religions and myths; influence of values and lifestyle.

This is because the purpose of tourist texts is to convey foreign cultures to the reader, and in this sense the translator is responsible for conveying the original culture to the reader of the target language. The linguistic and cultural specificity of the text of the tourist discourse is determined, first of all, by the implementation of its pragmatic function, which is to create a positive image of a "foreign" country. For this purpose, various language tools containing stylistic markings are used. Such means are: epithets, superlative adjectives, comparisons, metaphor and metonymy, inversion word order, various enumerations, elliptical constructions. The texts of tourist discourse are characterized by the frequent use of terminology that is thematically determined, as well as the active use of names of realities, which include the names of geographical and social objects, names of holidays, traditions, regional / national brands, etc.

An important feature of the organization of the text of the tourist discourse is the appeal to the potential client of a separate trip. This characteristic is due to the peculiarities of the language picture of the world of the country in which the trip is planned. Thus, the organization of the Russian text when addressing the client is based on the principle of collectivist culture, that is, information is explicated by the pronoun "we":

- Upon arrival of the plane, we meet guests at the airport of Gorno-Altaisk and go for breakfast to one of the best restaurants in the city – the restaurant "Tipografiya". - По прибытии самолета, мы встречаем гостей в аэропорту Горно-Алтайска и идем завтракать в один из лучших ресторанов города-ресторан" «Tipografiya» (calque). When translating the names of cities, rivers, and restaurants, it will be more effective and correct to leave the name so that the reader can also find places without problems, this is calque.

- We will visit the creative estate of Yevgeny Veselovsky, who became a legend of the reserve, and hear many fascinating stories in his performance. - Мы посетим творческую усадьбу Евгения Веселовского, ставшего легендой заповедника, и мы услышим много увлекательных историй в его исполнении.(addition) When translating this example I used the addition method because when translating tourist texts when contacting a client it is based on the principle of collectivist culture.

The analysis of English-language sites demonstrates an ambivalent variant of addressing the client ("You", "we"). When describing tourist routes in individualistic cultures (countries of Europe, North America, Australia, a number of Asian countries), the address " You " is used:

-You will be picked up in the morning at a location of your choice in Santo Domingo and taken to the village of Jarabacoa in the mountains of the Dominican Republic.-Утром вас заберут в выбранном вами месте в Санто-Доминго и отвезут **вас** в деревню Харабакоа в горах Доминиканской Республики.(addition).Also, when translating this example, I used the addition method because it is an appeal to a potential client .Also, the word you translated as «вы», since it is important in the tourist discourse, a polite attitude is considered one of the key points.

-After breakfast, you will grab your luggage and go on a boat excursion through the Mangle River towards the enormous lagoon "Bay of **San Lorenzo**". - После завтрака вы возьмете свой багаж и отправитесь на лодочную экскурсию по реке Мангл в сторону огромной лагуны " залив **Сан-Лоренцо**"(transliteration). [2, с 7]

Thus, it becomes obvious that when designing the text of a tourist tour of a certain country, foreign sites resort to a strategy of domestication of such a fundamental characteristic as the type of corporate cultures. Lexical means that reflect the mood and emotions of a person are characterized by a wide variety. In the texts of the tourist discourse, a wide variety of epithets is found, many of them are hyperbolized. The use of various linguistic means with bright emotional coloring brings tourist text with a fiction text, for example, crystal clear

river, breathtaking and unique, countless varieties, stunning photos, endless palm groves, snow-white beach, the most fascinating and picturesque waterfall, unique, centuries-old cedar, excellent sorbet wild berries and herbs, a unique fruit garden, rare in the Altai image etc.

Language means of processing operational information are incentive means of various kinds. In the analyzed English-language texts, the forms of the verbal imperative function very often:

- Climb the highest mountain in the Caribbean.-- Поднимайтесь на самую высокую гору Карибского моря.(addition). When translating this example, I used the addition method because it is necessary to specify exactly what it is a sea or lake, so adding here will be an effective method.

- Walk along crystal clear mountain rivers...- Прогулка по кристально чистым горным рекам.(word for word translation).

In Russian, the structures are not numerous: enjoy the time spent on vacation, do not forget to bring with you, etc. The Russian-language text is not characterized by the use of the imperative in such sentences. The predominance of the first person plural form was noted: we meet guests at the airport and depart for breakfast; we will visit, we will visit, we will see, we will sail away, etc.

Texts of tourist discourse have a special term system, which includes common lexical units that denote various geographical objects, transport, names of representatives of flora and fauna, as well as highly specialized vocabulary, which will vary depending on the type of route. Proper names play an important role in the tourist text. Their semantics contain information of cultural-historical, national-ethnic, and geographical content. In the analyzed texts, the following groups of proper names can be distinguished: toponyms (names of various geographical objects); ergonyms (names of tourist complexes, tourist bases, hotels and restaurants); anthroponyms (names and surnames of famous people).

Let's focus on the features of functioning and interlanguage correspondences of such a group of proper names as toponyms. Since toponyms convey information that must be accurate and reliable, transliteration and transcription are used in their translation.

The proper part of the name is not translated, even if it is a common name, only the nomenclature term (source, strait, river, lake) is translated. Most of the toponyms found in the studied texts include the nomenclature term: confluence of the Chui and Katuni rivers of the Chuya and Katun rivers; go hiking to the Shavla Lakes – ride a horse to the Shavla Lakes; visit the Maimoon Palace-be sure to visit the Royal Maimoon Palace, located in the Deli Serdang Regency – it is located in the district of Deliserdang. Names of political geography (localities, streets, avenues, official and semi-official names of territories and republics) are transcribed according to the general rules, except for cases when names are translated or transmitted traditionally:

The camp is located between Lake Golodnaya Guba and Lake Kolokolkovaya Guba. Стойбище расположено между Голодной и Колоколовой Губой (transliteration). When translating this example, it is translated as in the original text, that is, it is a transliteration, most of the toponyms of the name are translated or transmitted traditionally.

In the case of analysis of international sites that have English and Russian versions, transliteration is also used in Russian, but the English spelling is suggested in parentheses: They offer their guests a shuttle service to their own private places on the popular beaches of Kuta or Sanur(Sanur) .Here you can go up to the magnificent Borobudur Temple, visit the Kraton (Sultan's Palace) and the famous Alun-Alun Park(Alun Alun), as well as watch the work of silversmiths who create amazing jewelry in the Kotagede area, and learn how to make them yourself- Они предлагают своим гостям трансфер до собственных частных мест на популярных пляжах Кута или Санур (Sanur). Здесь можно подняться к великолепному храму Боробудур, посетить Кратон (дворец султана) и знаменитый парк Алун-Алун, а также понаблюдать за работой серебряников, создающих удивительные украшения в районе Котагеде, и научиться делать их самостоятельно.(transliteration).Also.in this sentence it is important translate the names of temples, parks, leave them as they are in the original text ,and the translator must also convey to the reader the sights of these place.[4, c 7]

An important feature of the texts of tourist discourse is the representation of realities, which are an integral feature of these texts – after all, this is what trips are made to see something exceptional and unfamiliar. To translate realities(geographical, national-cultural, historical,etc.), the following translation techniques are used: transcription and transliteration, calculus, descriptive translation, translation using a functional analogue, transformational translation, omission of reality in translation. When translating realities, I can use:

– transliteration: «After hiking we will pack and drive down to the Chuya steppe to have the night in the **yurts** and enjoy **banya**» (После пешего похода, мы соберем вещи и поедем в Чуйскую степь, чтобы

переночевать в юртах и насладиться баней); We see that in this example the words yurts and banya translate word for word, without changes, translator should to show advantages kazakh yurts.

– replacing with a description: За это время вы разберетесь, как устроен айл – **традиционное жилище алтайцев** – During this time you will understand how **traditional dwellings of the Altai inhabitants** are created; In this sentence we can see replacement words, because it is important to keep the structure of this sentence.

– combining transliteration with a concretizing translation: После завтрака вы отправитесь в село Чемал, где побываете на экскурсии **в аиле – традиционном алтайском жилище**. After breakfast you will set off to the Chemal village, where you will visit a **traditional Altai house, named ail**; Also in this example we see that the word ail translated as ail, so it is transliteration.

–analogue: **В русской избе** в музее Вам будет предложен завтрак, после чего мы побываем на представлении Рождественского вертепа. – **In the Russian hut** in the museum you take breakfast, after which we visit the presentation of the Christmas den. The ancient Slavs were mostly domestic, economic and family people. In the circle of his family or family passed the whole life of a Slav. And the main focus of all Slavic life, its nest was the hut-native penates, in which our ancestors were born, in which the life of the family passed, in which they died.[5, c 7]

International sites of tourist routes in the case of transmission of realies mainly use transcription with the proposed explanatory information when translating: **Gudeg** is one of **Jogjakarta's** specialties. This dish is made of young jackfruit with traditional herbs, sometimes with eggs and chicken.

Cow's inner skin, cooked until tender, usually accompanies gudeg with steamed rice. It is a competition of prowess in invulnerability of performers (known as jawara) that is both scary and mesmerizing to watch. - **Гудег** – одно из фирменных блюд **Джогьякарты**. Это блюдо готовится из молодого джекфрута с традиционными травами, иногда с яйцами и курицей.

Внутренняя кожа коровы, сваренная до готовности, обычно сопровождает гудег с приготовленным на пару рисом. Это соревнование мастерства в неуязвимости исполнителей (известное как Джавара), на которое страшно и завораживающе смотреть .(transliteration).Also the name of this dish translated without changes ,it is transliteration.

The problem and error is not the transfer of values and lexical units in the mentality and language of the translation people. It is necessary to indicate in parentheses the values that are most common among the population of the target audience. It is necessary to decipher abbreviations (street, d., sq., ave., etc.) in the language of translation.

The following excerpts serve as evidence of such a pragmatic error in translation – the lack of conversion of units of measurement:

1. «Returning to Dheli for the night train to Himachal, **you** will feel the cooler air of the hills as you climb towards **Dharamsala** (5000ft) on the following day». – The day after returning to Delhi you will climb to the top of Dharamsala (5000 feet). After that-overnight train ride to Himachal.

2. “All places are at or above 4000 ft so the climate is cool, even cold initially”. – All settlements are located at an altitude of 4000 feet, therefore, the climate is cool, closer to cold .

In translations, the values are not specified within the Russian metric system. It would be better to change them, or write in parentheses that 5000 feet is about 1.5 kilometers, and 4000 feet is 1.2 km.”Возвращаясь в Дхели на ночной поезд в Химачал, **вы** почувствуете прохладный воздух холмов, когда подниметесь к **Дхарамсале** (5000 футов) на следующий день». - На следующий день после возвращения в Дели вы подниметесь на вершину Дхарамсалы (5000 футов). После этого-ночной поездка на поезде в Химачал.

«все места находятся на высоте 4000 футов или выше, поэтому климат прохладный, даже изначально холодный». - Все населенные пункты расположены на высоте 4000 футов, поэтому климат здесь прохладный, ближе к холодному. As I noted earlier, the pronoun you was translated in a respectful form, and the names of cities, rivers, and lakes are left as is, that is, it is transliteration.

Thus, a tourist text is a separate type of text that is characterized by genre-composition originality and aims not only to inform potential tourists about the possibilities of traveling to a particular country or area, but also to convince them to make it. The article notes such features of tourist discourse texts as expressiveness, persuasiveness, crealization, precision, focus on dialogue with the client (in particular, with the help of rhetorical questions), as well as high cliche in both Russian and English-language texts.

I believe that this research is relevant today, which is due to the need to identify common and specific in

Russian and English texts of journalistic discourse and theoretical understanding of them in the aspect of the problem of the relationship between language and culture. A comparative analysis of English and Russian texts of tourist discourse allows us to identify their linguistic and structural features of the organization and develop certain strategies to eliminate translational inaccuracies, which is important for successful intercultural communication.

Tourist texts are the most important sources of information about the natural, economic and cultural features of the country, act as a business card of the ethnic group, which provides communication between representatives of different countries in the cultural space. One of the most important points in the compilation of tourist texts is the use of various realities directly related to the described country or individual city. Translators of tourist texts can resort to this method of transmitting the dictionary when it is 1) very well-known and does not need to be translated, and this is understandable for the target audience; 2) when the source tourist text indicates local cafes, shops, and the like. In this case, the tourist should know their name in the original sound.

Thus, the translator, working with tourist texts, should pay considerable attention to the adequate transmission of realities by means of the translation language. Pragmatic adaptation plays an important role here and requires knowledge of the culture and history of not only the people of the target language, but also the nation of the target language. I believe that this study is relevant today, due to the need to identify General and specific in Russian and English texts of journalistic discourse and their theoretical understanding in the aspect of the problem of the relationship of language and culture. The prospects of this research are expressed in the possibility of its use in the preparation of training courses for universities, and in the preparation of guidebooks and the formation of an adequate linguistic and cultural space in them. This study can also be used in further development for example, in the study of the peculiarities of the national mentality in guidebooks, and the specifics of their translation into other languages.

REFERENCES

- Говорунова Л.Ю. Речевой жанр «интернет – отзыв туриста» в русской и итальянской лингвокультурах: Дис. ... канд. филол. наук; ФГБОУ ВПО «ВГСПУ». – Волгоград, 2014. – 221 с.
- Индакова А.Н. Речевой жанр отзыва о турпоездке (на материале интернет-текстов) / А. Н. Индакова // Молодёжь и наука: Сборник материалов VII Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых учёных, посвященной 50-летию первого полета человека в космос. – Красноярск:Сибирский федеральный ун-т, 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2011/section15.htm>
- Сакаева Л.Р. Филологические науки. Вопросы теории и практики / Сакаева Л.Р., Базарова Л.В. – Тамбов: Грамота, 2014. – №6. – Ч. 1. – С. 159–161
- Тюленева Н.А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе. – Екатеринбург, 2008. – 23 с.
- Филатова Н.В. Туристический дискурс в ряду смежных дискурсов: гибридизация или полифония? // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Лингвистика». – 2012. – №3. – С. 41–46.
- Новикова Е.Ю. Дискурсивно обусловленный культурный трансфер в переводе путеводителя // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языковзн. – 2014. – № 3 (22). – С. 60-66.

УДК 81'2

Ералиева А.Е

Студент КазУМОиМЯ им. Абылай хана
Специальность: «В036 - Переводческое дело»

Алматы, Казахстан

e-mail: aeralieva19@mail.ru

Научный руководитель: м.г.н. Байдилдаева А.К.

РОЛЬ ПЕРЕВОДА ДЛЯ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА. КУЛЬТУРНЫЕ И ЯЗЫКОВЫЕ БАРЬЕРЫ

В данной статье рассмотрен период глобализации, где перевод принимает особое значение, поскольку невозможно представить себе политическую, научную, культурную жизнь общества без перевода и профессии переводчика. Сегодня мы наблюдаем возрастание новых условий для искусства, в том числе и для художественной литературы благодаря этой профессии. А также в статье рассматривается культурные и языковые барьеры.

Ключевые слова. Перевод, коммуникация, языковые барьеры, культурные барьеры, мировая общественность.

Eralieva A.E

Student of Ablai khan KazUIRandWL

Almaty, Kazakhstan

e-mail aeralieva19@mail.ru

Scientific supervisor: MA Baidildayeva A.K.

ROLE OF TRANSLATION FOR HUMANITY. CULTURAL AND LINGUISTIC BARRIERS

This article examines the period of globalization, where translation is of particular importance, since it is impossible to imagine the political, scientific, cultural life of society without translation and the profession of a translator. Today we are seeing an increase in new conditions for art, including for fiction, thanks to this profession. The article also examines cultural and language barriers.

Key words: Translation, communication, language barriers, cultural barriers, world community.

Since ancient times, a translator has created an opportunity for representatives of different people and countries to easily interact. His main battleground is working with all sorts of information. The latter, in turn, is present in all spheres of human activity. Therefore, a translator is not only someone who has studied a foreign language, the mentality and traditions of its speakers, but also someone who understands, as they say, if not everything, then in many ways. Events of historical importance, political relations between states, terms from various fields of science and technology - this is not the whole list of information that he owns. No computer can compete with humans in translating both literary and technical texts. Translation provides instant and long-term contacts between people. Wherever there is a language barrier - from the communication of two friends who speak different languages to the Internet - translation helps to overcome it. Speaking about translation activity, we can say that it has invaded all spheres of human life, primarily those directly related to industry, economy, and international cultural ties. Translation activity today covers almost the entire thickness of the existence of man and society. Translation facilitates the exchange of information of a very different nature, and this exchange is the basis of human progress. Over the centuries, translation has contributed to the development and consolidation of those humanitarian values that are highlighted by modern man: tolerance, mutual assistance, support for the weak, striving for improvement, environmental protection. [2]

Most often, the activity of a translator is associated only with literary texts, but this is not the case. The greatest need for translators is in technical fields, so it is difficult to overestimate the importance and role of technical translation. Thanks to this type of translation, knowledge and technologies are exchanged, and researchers, scientists, designers and engineers get the opportunity to work on joint projects. [2]

At all times, translation has served the most urgent needs of mankind: in antiquity, it contributed to the continuity of Greek and Roman cultures; in the Middle Ages, the spread of Christianity, in all subsequent centuries, the mutual enrichment of arts, science, literature, material and everyday culture of various peoples of the world. Thanks to the translation, we know Shakespeare, Goethe, Dante, the translation formalized the achievements of foreign cultures that enriched Russian everyday culture: ikebana, sauna, coffee, etc. On the basis of the translations, children's literature, international from the first years of its existence, was formed. In addition, translation activities are of enormous importance in the field of mass media. Any of us is actively interested in events taking place not only in our country, but also abroad. The aggravation of the problems of international relations and terrorism at the present stage leads to the need for an adequate understanding of the content of foreign journalistic texts in magazines and newspapers. Speaking about the important role of translation, we immediately mentioned its "overcoming" function. After all, he helps people to get closer, to understand each other. What is being overcome in this case? It has long been clear that translation helps to overcome language and cultural barriers. [1]

Cultural barriers are, in simplification, those elements of the text that are most closely related to the culture of a given country.

Language barriers are systemic differences between languages and communication difficulties that arise between their users.

Language barriers exist because humanity is historically multilingual. According to modern researchers, the number of living languages in the world ranges from 2500 to 50003. There are more than a thousand languages of Indians, about a thousand African languages; only on the islands of New Guinea there are more than 700 different languages. True, the majority of languages are languages with a very small number of speakers (some of them are spoken by only 100 to 1000 people; a typical example is the Mansi language in Russia: about 150 speakers) ... The languages spoken by 95% of the world's population are less than 100. And yet, if we at least hypothetically imagine that every inhabitant of the planet may need to communicate with representatives of each of the world's languages,

then the number of language barriers will turn out to be unusually high. The problem is that people, as a rule, speak one or two foreign languages, and they may need information in 3-10 more languages. Moreover, knowledge of 1-2 foreign languages in most cases does not mean complete bilingualism, they know a foreign language worse and not in full. The hardest of all is for the representatives of the so-called “small” languages, that is, languages with a small number of speakers; they are more likely to rely on translations than others. The most popular way for native speakers of small languages to enter international cultural contact is bilingualism. A foreign language, in which native speakers of small languages write scientific works and even plays and novels, is usually one of the “large” languages with a large number of speakers: English, German, French, Spanish. Such a language during the existence of the USSR for many peoples inevitably was the Russian language, and for Iceland and Norway - Danish. The experience of using an intermediary language for the implementation of cultural contacts, as is known, is not new. For a long time, Latin was the language of ecclesiastical and then secular scientific unity. Since the end of the XVIII century. French becomes the language of secular communication; up to the beginning of the XX century. it retained the functions of the language of diplomacy, and the functions of the language of international mail remained in French until the middle of the 20th century. [3]

Now the English language is absolutely leading. In recent years, it has even supplanted the native languages Swedish and Danish in their homelands of Sweden and Denmark. The desire to overcome language barriers contributes to the reduction of the number of speakers of minor languages, such as, for example, Frisian and Faroese in Europe, and complicates the task of guardians for the preservation of the cultural phenomenon of minor languages. A closed society can be a significant obstacle to overcoming language barriers. Thus, the researchers note that interlanguage contact with Russian, Chinese, Japanese scientists does not cover all scientific, technical, literary fields, although Russian, Chinese, and Japanese with a huge number of speakers. The last decade of Russia's “openness” has not yet changed this situation much: as before, many important studies of Russian scientists, for example, in the field of translation theory, have not been translated into English. According to the special UNESCO almanac “Statistical Yearbook”, Germany has been the leader in the number of translated publications over the past decade, Spain is in second place, and Russia is third. But these are absolute figures, they do not take into account the number of population that this number accounts for. For example, Denmark is now in 8th place with a population of 5 million people, so it is much more fully provided with translated literature than Russia. On average, translations account for 14 to 20% of the total European book production. Among the languages from which the most translations are made in different countries are English, Russian and French. [4]

So far, we have discussed overcoming language barriers with both translations and intermediary languages. Overcoming cultural barriers is a much more difficult problem. Translation plays a leading role in this process. However, the specific differences of everyday and spiritual cultures going back centuries cannot be fully perceived by other peoples, and only an approximate idea of the specifics of a foreign culture is possible. We will discuss this in more detail in the Situational Realities section. Here we will restrict ourselves to one simple example. For the word “freedom” in all languages of the world there is a ready-made correspondence. Except for special cases where the compatibility or context of the original suggests a special match (for example, in German translation “freedom of style” will most likely be “Lockerheit des Stils”), so, with the exception of these special cases, there is a one-to-one correspondence: English. freedom, it. Freiheit, etc. Of course, the denotation is invariant in this case (the same). [5]

But representatives of different cultures, behind which have different historical and social experience, understand freedom in different ways. The ideas of freedom among the American, Russian, German and Chinese are sharply different. For example, for a Russian person, freedom is, first of all, the absence of any obligations, the ability to completely dispose of oneself and one's time, the absence of external pressure; For a German, freedom is, first of all, a legal guarantee of his rights, a clear regulation of the legal mechanism, material security, and he considers Russian “freedom” to be rampant. But in the Chukchi language, as noted by M. JI. Gasparov, there is no word “free” at all, there is only “loose from the chain” Such cases often lead to misunderstandings in contact. If these contacts are oral, then the translator, in addition to translating the text, is assigned the function of a consultant / on intercultural communication, but if a written text is being translated, comments or notes on the text are required, initiated by the translator. A similar problem is the special symbolic interpretation of some of the customs of different peoples. For example, the custom to take off your shoes before entering a house in the East, say in Uzbekistan, is considered a sign of respect for the owner; most European peoples do not have such a custom, and it is quite decent to go into the house in shoes. And here the translator can help avoid misunderstandings by explaining to his wards the meaning of the customs, if he is a guide-translator, or by offering his commentary on the written text, if a custom is described that is incomprehensible to the readers of the translated text. Thanks to the translation,

we know Shakespeare, Goethe, Dante, the translation has made the achievements of foreign cultures that have enriched Russian everyday culture: ikebana, sauna, coffee, etc. On the basis of translations, international children's literature has developed since the first years of its existence. [5]

Translation has performed its most important function for a long time, but only in the XX century people came to realize its importance and its special place. It is not by chance that the XX century was proclaimed in 1955 in the first issue of the magazine "Babel" as the century of translation. Scientists from different countries note the special role of translation in the formation of national cultures.

A modern person enjoys the fruits of the work of a translator when he reads the instructions for a foreign-made washing machine, when he learns on TV about what is being written in French newspapers today, when he needs to negotiate with a foreign partner, when he picks up an interesting novel. [6]

Without translators, it would be impossible to exchange the accumulated experience and knowledge and establish the supply of goods and services around the world. A linguist-translator is able to ensure communication during the implementation of international programs and projects at various enterprises, travel agencies, and the hotel business. The profession of a translator has been highly regarded all over the world since ancient times. It is the people of this profession who stand alongside prominent political figures during international summits. It is thanks to the translators that people have the opportunity to get acquainted with the masterpieces of world culture. We would have to read foreign literature and watch TV programs from other countries exclusively in the original, which is not always possible, and, therefore, a lot would pass us by. [7]

REFERENCES

1. Vvedenie v perevodovedenie / I.S.Alekseeva / For students of philological and linguistic faculties of higher educational institutions.- M., 2004.- pp. 8-12
2. Ivanov Viach. Ve. Iazyki mira//Лингвистический энциклопедический словарь. — М., 1990. — С. 609-613.
3. Gasparov M. L. Records and extracts. - M., 2000. - p. 57.
4. Pommare F. Monasteries in which life is full of life // GEO. - 1999. - No. 8. - pp. 11-19.
5. Holbekov, M. N. The role of translation in the life of mankind / M. N. Holbekov, Z. Sh. Yakhshieva, N. U. Abraimova. <https://moluch.ru/th/6/archive/23/722/> (дата обращения: 21.01.2021).
6. Vinay J. P. and Darbelnet J. Stylistique comparee du franpais et de l'anglais. Methode de traduction. — Paris: Marcel Didier; First Edition, 1958. — P.332.
7. Wandruszka, Mario. Das Leben der Sprachen: vom menschlichen Sprechen und Gespra'ch / Published 1984 by Deutsche Verlags-Anstalt in Stuttgart. -P. 289.

УДК 81-25

Erbolatova G.A.,
4 course student
Speciality: «5B020700-Translation study»
Almaty, Kazakhstan
e-mail: gyltana9@mail.ru

TRANSLATION OF ADVERTISING SLOGANS IN THE ASPECT OF COGNITIVE AND PRAGMATIC LINGUISTICS

The article represents the problems of translation of advertising slogans from the point of view of cognitive and pragmatic aspects. This work demonstrates two types of translation: direct, where the form and content of the original slogan are saved and modified, where the advertising slogan is completely changed.

Key words: advertising slogan, linguistics, advertising text, cognitive science, pragmatics.

Ерболатова Г.А.,
студентка 4 курса
Специальность: «5B020700-Переводческое дело»
Алматы, Казахстан
e-mail: gyltana9@mail.ru

ПЕРЕВОД РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ В АСПЕКТЕ КОГНИТИВНОЙ И ПРАГМАТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Данная статья посвящена проблеме перевода рекламных слоганов с позиций когнитивного и pragматического аспектов. Анализируются англоязычные рекламные слоганы популярных зарубежных брендов и их перевод на

русский язык. При переводе данных слоганов наблюдается два вида перевода: прямой, при котором сохраняются форма и содержание исходного слогана и переосмысленный, когда рекламный слоган полностью перефразируется.

Ключевые слова: рекламный слоган, лингвистика, рекламный текст, когнитивистика, pragmatika.

Перевод рекламного слогана является весьма актуальной темой в век глобализации, когда активно развиваются международные отношения, усиливаются торговые пути и связи между странами и континентами. В современном мире всё больше появляется такой зарубежной продукции, как бренды одежды, еды, ювелирных изделий и т.д. Для привлечения широкой аудитории возникает необходимость рекламировать данные товары на разных языках, используя, в первую очередь, слоганы.

Под рекламным слоганом подразумевается краткая, легко запоминающаяся фраза, которая выражает смысл рекламного текста. Иначе говоря, слоган - это рекламный девиз, в сжатом виде объясняющий суть рекламного сообщения. Он используется для привлечения потенциальных потребителей, для популяризации бренда, стимулирования продаж[1, с.110].

Считается, что термин «слоган» весьма древний и произошел от гэльского языка (sluagh-ghairm), что означает «боевой клич». По классификации слоганы делятся на: имиджевые и товарные.

Имиджевые слоганы выражают смысл философии компании, бренда, товара или услуги. Товарные слоганы направлены на увеличение продаж, поэтому они чаще апеллируют к уникальному торговому предложению продукта.

Для нынешнего поколения людей слоганы, в силу своей краткости, более привлекательны, чем рекламные тексты. Они весьма оперативны в плане привлечения внимания потенциальных потребителей в связи с тем, что имеют более легкую и запоминающуюся фразу, слово, что быстро привлекает любую аудиторию.

Отличие слогана от рекламного текста заключается в том, что рекламный текст- это более правильный и грамотно оформленный текст. Рекламный слоган не должен полностью нести смысл, его цель – заинтересовать публику, например, как заголовки в СМИ или в журнальных статьях. Поэтому основное внимание уделяется слогану, ибо рекламный слоган имеет краткое уникальное сообщение и несет выгоду покупателям. Он привлекает аудиторию в связи с легкой запоминающейся формой.

Поэтому, когда производитель выкладывает свои товары на рынке зарубежной страны, появляется необходимость рекламировать их с целью привлечения новых потребителей и занять свое место на этом рынке. Естественно, что в связи с этим возникает необходимость перевода рекламных слоганов и рассмотрения их с позиций когнитивного и pragmatического аспектов.

В лингвистике использование термина «pragmatika» описывается, как наука, изучающая значение и употребление форм языка в зависимости от ситуации, типов речевых актов.

Комиссаров В.Н., под pragmatическим аспектом подразумевает текст, который содержит некоторое сообщение, какие-то сведения (информацию), передаваемое от Источника к Рецептору, которые должны быть извлечены из сообщения Рецептором, поняты им. Полученная информация может оказать на Рецептора более глубокое воздействие нежели служить источником сведений о каких-то фактах и событиях, его лично не касающихся и не представляющих для него большого интереса .Она может затронуть его чувства, вызвать определенную эмоциональную реакцию, побудить к каким-то действиям[2, с. 253].

Еще одно современное, активно развивающееся направление в лингвистике –когнитивная лингвистика («когнитивистика»). Она изучает и понимает язык как систему знаков, играющих роль в кодировании и трансформировании информации.

С когнитивной точки зрения - языковая картина мира является важнейшей при изучении особенностей перевода.

Переводчик играет главную роль в процессе перевода и обеспечении межкультурной коммуникации. Что означает, переводчик должен знать не только несколько языков идеально, но и знать культуры других стран, на языке которых он переводит. Ведь перевод рекламного слогана - это творческий процесс, требующий знания реалий, менталитета, культурных ценностей целевой аудитории.

Как мы понимаем, перевод это многоаспектный процесс, который зависит от лингвистических и экстралингвистических моментов: нормы двух языков, норм перевода, коммуникативной ситуации, культуры.

При переводе любого текста важно учитывать такие особенности как этические, психологические, также стереотипы в разных странах и различные взгляды читателей, которые могут привести к недопониманию текста. Но более внимательным надо быть при переводе рекламных слоганов.

Важно отметить, что существуют и другие проблемы в переводе слоганов:

1. Сохранение структуры слогана.

2. Учет особенности языка оригинала, культурных и социальных особенностей.

Следует сказать, что структура слогана, как правило, сохраняется. Перевод слогана должен оказывать эмоциональное и осмысленное воздействие на потенциальных покупателей и заставлять их на покупку.

В целях исследования рекламного слогана в когнитивном и прагматическом аспектах был проведен сравнительно-сопоставительный анализ. Как упоминалось ранее когнитивный аспект является процессом познания, восприятия, мышления. Когнитивная лингвистика, к которой относится когнитивный аспект, позволяет осознать языковые особенности человека, понять его речь или высказывания.

Что касается прагматического аспекта, он определяет возможность достичь определяемую цель с учетом полученной информации.

Для анализа было выбрано несколько слоганов популярных брендов с переводами. При переводе данных слоганов примеры были распределены по следующим видам: первый вид -дословный перевод, при котором максимально сохраняется смысл при переводе рекламных слоганов; второй вид представляет собой переосмысленный перевод при котором создается новый слоган, который приемлем в той или иной стране.

Таблица 1

| Язык оригинала | Перевод на русский |
|-----------------------------------|---------------------------------|
| Taste the rainbow(Skittles) | Попробуй радугу |
| Science For a Better Life (Bayer) | Наука для лучшей жизни |
| Invent(HP) | Изобретай |
| Buy it. Sell it. Love it(Ebay) | Купи это. Продай это. Люби это. |

В данных примерах, при переводе их с английского на русский язык, был использован дословный перевод. Можно сделать вывод о том, что при переводе данных слоганов отсутствует межкультурное недопонимание. И тем самым были сохранены форма и структура рекламных слоганов.

Рассмотрим следующую группу, в которой представлены слоганы, перевод которых осуществлён на основе переосмысливания оригинала.

Таблица 2

| Язык оригинала | Перевод на русский |
|--------------------------|--|
| Hungry? Grab a Snickers! | Проголодался? Сникерсни! (Snickers) |
| Taste Life | Живи, чтобы было что вспомнить(Johny Walker) |

Рассмотрим каждый пример по отдельности.

1. Hungry? Grab a Snickers!- Проголодался? Сникерсни! (Snickers)

В данном примере был проведен смысловой перевод, слоган полностью трансформирован. Можно заметить, что переводчиком была усиlena выразительность фразы таким неологизмом как «сникерсни». Тем самым, показывая какой ожидается эффект от употребляемого продукта. Данный пример с точки зрения когнитивного аспекта, был очень удачно переведен. Так как его легко запомнить, вследствие его эмоциональности и нестандартности .

2.Taste Life - Живи, чтобы было что вспомнить(Johny Walker)

В этом примере осуществлен смысловой перевод. Если перевести данный слоган дословно, то получится «попробуй жизнь на вкус», что в принципе достаточно хорошо звучит для рекламы алкогольного напитка. Но следует заметить, в оригинале данная фраза несет более сильный посыл и сильную смысловую нагрузку. В связи с этим компания данного алкогольного продукта хотела подчеркнуть, что с данным продуктом жизнь будет яркой и иметь яркие воспоминания. Поэтому переводчик осуществил смысловой перевод, чтобы было что вспомнить.

Исходя из выше изложенного, можно сделать следующее заключение: рекламные слоганы, рассматриваемые в статье с когнитивной и прагматической точки зрения могут переводиться на другой язык: 1)дословно, то есть при максимальном сохранении формы и содержания исходного слогана; 2) перевод может осуществляться на основе переосмысливания первоначального содержания, то есть в данном случае речь идет о смысловом переводе. Проанализированные примеры позволяют сделать вывод о том, что при переводе слоганов: 1)сохраняются форма и структура слова, как в когнитивном так

и в прагматическом аспектах; 2) слоганы переосмысяются и тем самым оказывают эмоциональное воздействие на целевую аудиторию, что и в исходном языке. Для достижения грамотного и адекватного перевода переводчик должен учитывать данные типы перевода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Филологические науки в России и за рубежом: материалы II междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, ноябрь 2013 г.). – Санкт-Петербург: Реноме, 2013. – vi, 110 с.
2. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. - М.: Выш. шк., 1990. - 253 с.
3. **Молодой учёный Научный журнал Выходит два раза в месяц № 10 (90) / 2015**
4. Имшинецкая И. Креатив в рекламе. – М.: РИП-Холдинг, 2002. – 172 с.
5. Запорожец М. Н. Рекламный текст: функционально-стилевой статус, особенности, структура, виды анализа // Вестник гуманитарного института ТГУ. – 2010. – №3. – С. 99- 105.

УДК 81-26

Zhakova V.

Undergraduate of Ablaikhan
KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan
E-mail: zhakova.vika99@mail.ru

PRAGMATIC ASPECT OF TRANSLATING ADVERTISING TEXTS IN THE SPHERE OF TOURISM

This article is concerned with the main translation features of advertising texts in the field of tourism from the pragmatic point of view. The article explains the significance of such concepts as pragmatics, the pragmatic relationship between linguistic units and the recipient, the pragmatic potential of the text in the process of translating advertising texts in the field of tourism. The types of word connotation and methods of pragmatic adaptation of the text are presented in the paper.

Key words: pragmatics, recipient, addressee, pragmatic potential, communicative effect, pragmatic adaptations

Жакова В.И.,

студентка 3 курса КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «5В020700-Переводческое дело”
Алматы, Казахстан
E-mail: zhakova.vika99@mail.ru

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

В данной статье рассматриваются основные особенности специфики перевода рекламных текстов в сфере туризма с прагматической точки зрения. В статье объясняются такие понятия как феноменон прагматики, прагматические отношения между языковыми единицами и реципиентом, прагматический потенциал текста и процесс перевода. Представлены виды коннотации слова и способы прагматической адаптации текста.

Ключевые слова: прагматика, реципиент, адресант, прагматический потенциал, коммуникативный эффект

Прагматика - это раздел семиотики, в рамках которого изучаются отношения между знаковыми системами и субъектами, которые их используют. Термин «прагматика» впервые появился в конце 1930-х годов, однако прагматический аспект языка рассматривался лингвистами и до этого, например, в работах Ч.С. Пирса в конце 19-го века. Как показывают исследования в области прагматики перевода, само понятие гораздо шире, так как оно отвечает на все вопросы, связанные с различной степенью понимания некоторых языковых единиц и речевых произведений участниками коммуникации, а также с различной их трактовкой в зависимости от языкового и неязыкового опыта коммуникантов [3, с.107]. Согласно немецкому лингвисту и теоретику перевода Ф. Нойберту прагматика объединяет такие отношения языка, обуславливающиеся принадлежностью к определенной национальности, культуре, социальной или профессиональной группе, а также объясняет использование в тексте единиц различных экспрессивных и функциональных стилей. Можно сказать, что прагматика рассматривает стилевую сторону речи и тем самым противопоставляется грамматике и семантике, откуда и вытекает ее основная задача – сохранить характер и силу воздействия исходного текста в переведенном тексте, при помощи реформулировки грамматической структуры всего сообщения, передачи и сохранения стилевых особенностей исходного текста.

Любое сообщение, передаваемое от одного человека к другому, содержит в себе информацию для реципиента, которую он расшифровывает в процессе коммуникации. На то, правильно ли она будет

воспринята, влияют несколько компонентов, такие как тема сообщения, ситуация, в которой происходит коммуникативный акт, лингвистические и экстралингвистические знания обоих участников общения, и адресанта, и адресата.

Полученная информация оказывает на реципиента то или иное воздействие, в зависимости от коммуникативной цели текста. Воспринимая сообщение, адресат входит в так называемые прагматические отношения, которые могут иметь как информативный характер (текст содержит в себе новые факты и знания), так и эмоциональный (текст побуждает на какие-то действия или меняет настроение реципиента). Способность текста производить подобный коммуникативный эффект, осуществлять прагматическое воздействие на получателя информации, называется прагматическим аспектом или прагматическим потенциалом текста [1, с.254-276]. Как отметил Нойберт Ф. в своей монографии *Text and Translation* (Leipzig, 1985), от прагматических отношений зависит адекватность перевода, следовательно, степень сохранения прагматического потенциала текста связана с характером текста. Таким образом, Нойберт определяет 4 типа прагматических отношений и 4 типа текстов, отличающихся степенью переводимости:

К первому типу текстов относятся тексты, которые имеют высшую степень переводимости с точки зрения их прагматики. Это тексты ИЯ и ПЯ имеют общие цели, основанные на потребностях. Это научно-техническая литература, рекламные объявления.

К второму типу текстов относится перевод текстов, которые содержат информацию, предназначенную только для потребностей аудитории ИЯ (наставления, официальные распоряжения, развлекательные материалы и др.) Это тексты законов, общественно-политическая литература, местная пресса, объявления. Специфика прагматических отношений исключает возможность их адекватной передачи для аудитории ПЯ, и в этом смысле эти произведения принципиально непереводимы. К третьему типу текстов относится перевод художественной литературы, которым свойственно выражение общечеловеческих ценностей, от чего степень прагматической переводимости еще гораздо ниже и сложнее. Однако Нойберт указывает на то, что степень переводимости произведений художественной литературы зависит от жанра: беллетристика и драма обладают более высокой степенью переводимости, чем лирическая поэзия.

К четвёртому типу текстов относится перевод текстов, которые создаются на ИЯ, но изначально предназначены для перевода (публикации для зарубежных стран, зарубежной аудитории). Этот тип текстов обладает высокой степенью прагматической переводимости.

Прагматический потенциал текста появляется в результате выбора адресантом языковых единиц, способствующих достижению коммуникативной цели, и создания необходимых смысловых связей между ними. В процессе формирования текста учитываются, как денотативное (словарное определение), так и коннотативное (связанное с ассоциациями) значения слов [4]. Однако заранее определить коммуникативный эффект невозможно, так как восприятие мира у каждого человека свое собственное. Существует множество других факторов, влияющих на понимание текста. Например, прошлый опыт, психическое состояние, фоновые знания и культурные особенности человека. Прагматический анализ лишь позволяет предугадать результат, основываясь на среднестатистических данных о реципиенте, но никогда не дает стопроцентной гарантии [3, с.108].

Процесс межкультурной коммуникации является более сложным, чем обычный, так как включает в себя не только применение различных языковых единиц, но и разные прагматические компоненты. Прагматический аспект перевода состоит в том, чтобы должным образом передать основную мысль адресанта с оригинального на целевой язык, сохранив при этом адекватность текста и нужный коммуникативный эффект. Переводчик в этом процессе играет роль медиатора. На первом этапе своей работы, являясь при этом реципиентом, переводчик извлекает содержащуюся в тексте оригинала информацию. Для этого он должен обладать аналогичными знаниями и типом мышления с носителем исходного языка. При этом, воспринимая сообщение, переводчик должен оставаться прагматически нейтральным, не привнося в текст новую информацию, которую не закладывал в него адресант. На втором этапе переводчик обрабатывает сообщение, трансформирует его, делая понятным для потенциального реципиента. Основная цель - убрать все возможные препятствия для правильного восприятия текста, учитывая все особенности адресата. При этом особое внимание стоит уделять экстралингвистическим факторам, так как они - основа для понимания прагматических отношений между лексическими единицами и реципиентами. Ключевыми экстралингвистическими факторами являются национальное своеобразие текста, включающее в себя географические особенности среды (например, в языке

эскимосов есть много слов, обозначающих «снег», а в индийском ни одного), образ жизни (например, люди проживающие в мегаполисе или в маленькой деревне будут иметь совершенно разный лексикон), и менталитет (например, использование местоимений я-мы в индивидуальном и коллективном сознании); социальные нормы (использование ты-Вы в русском языке); и исторический (употребление неологизмов и архаизмов) и культурный (реалии) аспекты. На финальном этапе переводчик выдает оригинальный текст на целевом языке, являясь при этом адресантом. Переводчику очень важно понимать на какую аудиторию нацелена информация, принимая во внимание не только культурно-исторический аспект и вероятные фоновые знания, но и возраст, пол, а так же сферу деятельности реципиента [2, с.28].

В связи с появлением новых технологий и процессом глобализации, в наши дни туристическая отрасль характеризуется доступностью и ориентированностью на клиентов по всему миру. И иностранные гости, и граждане Казахстана, желающие поехать в отпуск, обращаются за помощью к тур-агентствам, которых с каждым днем становится все больше. Правильно использованные слова являются основой для конкурентоспособности любой туристической компании. Их владельцы максимально заинтересованы в привлечении новых клиентов, поэтому очень важно, чтобы публикуемые сообщения имели нужный коммуникативный эффект на аудиторию.

Туристический дискурс состоит из разных типов текстов, имеющих свои прагматические особенности. К ним относятся рекламные брошюры и буклеты, описание маршрутов, информационные бюллетени, тексты туристических сайтов и постов в социальных сетях, так же различные виды документации, такие как договора с клиентами, отелями и транспортными компаниями.

Прагматические отношения в данном виде дискурса имеют комплексный характер. Туристические рекламные тексты одновременно выполняют репрезентативную (дают информацию), экспрессивную (выражают и вызывают эмоции) и апеллятивную (побуждают к определенным реакциям и действиям) функции [5]. Это означает, что они обладают широким прагматическим потенциалом.

Для достижения нужной коммуникативной цели авторы подобных текстов часто используют различные стилистические приемы и техники, например: рифму, игру слов, метафоры, метонимию, оксюморон, иронию и т.д. Их перевод является одной из основных сложностей для переводчика. Чтобы эффективно выполнить свою работу, он должен подобрать корректный эквивалент. В некоторых случаях переводчику приходится полностью трансформировать рекламный текст, чтобы сохранить его коммуникативную ценность.

Большое значение в раскрытии прагматического потенциала играет сопутствующее значение языковой единицы [4]. Коннотацию можно разделить на несколько видов:

1. Культурная. Определенное слово может вызывать одни эмоции у представителей одной культуры, и совершенно другие у представителей другой. Например, в большинстве стран слоны ассоциируются с чем-то большим и неуклюжим, но во Вьетнаме они считаются символом грации. Или в случае со старыми домами, в Казахстане словосочетание вызовет негативную реакцию, тогда как в Европе они ассоциируются с богатством и величием истории.

2. Ситуативная. Значение слова может изменяться в зависимости от контекста и коммуникативной ситуации. Пример: «Ночью можно увидеть опускание хрустального шара». В данном случае имеется ввиду традиция в Нью-Йорке спускать шар на землю в рождественскую ночь. Но без фоновых знаний об этом и дополнительной информации словосочетание «опускание хрустального шара» становится бессмысленным.

3. Личная. У человека могут возникать собственные ассоциации к слову, основанные на его жизненном опыте и особенностях. Пример: «Стамбульская весна прекрасна. В воздухе парит аромат цветов и свежего морского бриза». У большинства людей при прочтении данного текста возникнут приятные эмоции и желание оказаться в Стамбуле, однако, если у человека аллергия на цветы, то эффект будет прямо противоположный.

4. Лексико-семантическая. Одноковые слова могут иметь разную коннотацию в разных языках. Например, амбиции в английском языке означают желание достигнуть цели, а в русском ассоциируются со спесивостью и себялюбием.

Чтобы передать основную мысль адресанта с оригинального на целевой язык, сохранив при этом адекватность текста и нужный коммуникативный эффект, переводчики часто прибегают к приему прагматической адаптации. Согласно В.Н. Комиссарову существует 4 уровня прагматической адаптации текста [1, с.254-276], которые можно использовать и для перевода рекламы туристических компаний:

1. Первый тип направлен на обеспечение адекватного понимания сообщения получателем.

Чаще данный тип адаптации используется при нехватке фоновых знаний у реципиента. При переводе туристических брошюр можно заметить специальные сноски с недостающей информацией. Примеры:

“Можно покружиться в вальсе на Красной площади в Москве, или услышать как громко стреляет Аврора в Санкт-Петербурге” -

“You can dance a waltz on Red Square in Moscow, or go to St. Petersburg and hear how loud the famous cruiser Aurora shoots”.

Под Авророй имеется ввиду боевой крейсер, который на данный момент является объектом культурного достояния России. Чтобы англоязычный читатель не ломал голову, кто такая Аврора и почему она стреляет, переводчику необходимо добавить недостающую информацию.

Еще один пример:

«The White Cliffs are one of the most popular place in Dover, Kent. -

Белые Скалы - одно из самых популярных мест в городе Дувре, графство Кент».

Для жителя Англии данное предложение будет абсолютно понятным, тогда как у русского читателя вызовет множество вопросов, касательно местоположения этой достопримечательности.

Рассмотрим еще один пример, который доказывает, что для того, чтобы добиться адекватного понимания исходного текста реципиентом, переводчик часто прибегает к такому приему, как добавление в сочетании с пояснительным переводом:

“Get lost in the forests of the Tiergarten, and hope to emerge near the charming Café Buchwald, where they've been perfecting their Baumkuchen for more than 150 years. -

Заблудитесь в лесах Тиргартен и вы выйдете рядом с очаровательным кафе Бухвальд, в котором уже более 150 лет пекут знаменитый Баумкuchen (песочный торт в виде круглой башни).”

Как мы видим, в оригинале автору не требовалось конкретизировать значение лексической единицы Baumkuchen, в то время как переводчик посчитал необходимым уточнить значение данного слова для читателя перевода, обратив внимание на то, что традиционный немецкий пирог Баумкuchen является знаменитой выпечкой. На мой взгляд переводчику удалось не только объяснить значение данной культурной единицы, но и удержать внимание читателя.

2. Второй тип нацелен на передачу эмоционального воздействия исходного текста на адресата.

“Average temperature in August in Istanbul is about 85°F” -

«В августе в Стамбуле очень жарко - средняя температура около 30°C».

Переводчик должен адаптировать систему измерения температуры, чтобы сделать предложение понятным для русскоязычного реципиента. При этом теряется культурный аспект: в данном случае использование шкалы Фаренгейта.

“Now everyone can see the *best of Britain*. -

Теперь каждый сможет увидеть лучшие достопримечательности Великобритании».

Автор оригинального текста под *best of* имеет ввиду лучшие места, которые стоит посетить туриstu. При помощи модуляции переводчик смог полностью передать значение и эмоциональную окраску фразы, но при этом потерял емкость оригинала.

Еще один пример показывает, как сохраняется коммуникативный эффект и эмоциональное воздействие строчки из рекламного текста, при помощи модуляции, где при помощи небольшой логической операции выражение «многочисленные лица города» в переводе было заменено одним схожим по значению словом «многоликость».

“Discover the vibrant energy and *multiple faces* of this wonderful city. -

Откройте для себя вибрирующую энергию города и его многоликость.”

3. Третий тип сфокусирован на определенном реципиенте и конкретной коммуникативной ситуации.

«Less hashtag, more haystack” - рекламный слоган отеля-экофермы Onuku.

“Меньше интернета, больше природы!”.

Буквальный перевод «меньше хештегов, больше сена» вряд ли заставит потенциального покупателя тут же открыть браузер и заказать себе билеты в Новую Зеландию. Вариант адаптации «Меньше интернета, больше природы!» хоть и не является полным эквивалентом оригинала, но сохраняет намерение адресанта и эмоциональную окраску оригинала.

“Adventures won't come to you. Visit Israel's national park this coming holiday. -

Приключения не постучат к тебе в дверь. Посети Национальный израильский парк уже на этих выходных!»

Словосочетание «не поступат к тебе в дверь» сохраняет изначальный посыл автора и является более успешным вариантом перевода для русскоязычной аудитории, так как звучит знакомо и намного выразительнее.

4. Четвёртый вид прагматической адаптации непосредственно связан с рядом экстрапереводческих причин – политических, экономических, личных и других [1, с.258]. Этот тип адаптации используется для решения, так называемых, переводческих дилемм, которые возникают достаточно редко в текстах туристической тематики. Согласно переводческой концепции А.Норберта, рекламные тексты входят в первый тип прагматической переводимости, что означает, что они имеют высшую степень переводимости с прагматической точки зрения [6]. Одной из основных проблем для переводчика, работающего с текстами туристической тематики, могут стать лакуны.

Лакуны - это отсутствие в системе языка слова для обозначения того или иного понятия, существующего в другом языке. Возникают из-за национально-специфических и языковых различий. Элиминирование (т.е. преодоление) лакун может быть проведено несколькими способами, такими как заполнение (раскрытие понятия для представителей другой культуры) и компенсация (подбор тождественного понятия или эквивалента, ввод схожих элементов другой культуры). Примеры:

1. «One of the most popular amusements in modern India is *drive in* cinema. -

Одним из самых популярных развлечений в современной Индии являются автокинотеатры».

Словосочетание *drive in* в английском языке означает место, где посетители могут посмотреть фильм или поесть, не выходя из своей машины. В русском языке есть похожее слово автокинотеатры, которое в данном случае является ближайшим аналогом. Использованные слова не являются полными эквивалентами друг друга, но хорошо раскрывают смысл этого предложения. Подбор аналога - один из способов заполнения лакуны.

2. «This route would be perfect variant for the *backpackers*. -

Данный маршрут станет идеальным вариантом для бэкпекеров».

Бэкпекеры - люди, предпочитающие путешествовать без помощи туристических агентств. В данном случае переводчик прибегнул к приему транскрипции, так как вследствие частого использования данная лакуна стала интеркультурным словом, смысл которого понятен без дополнительной информации. Этот метод является еще одним способом заполнения.

3. «В кафе «Наурыз», расположенному рядом с гостиничным комплексом, гости могут попробовать шубат и кумыс. -

In the cafe “Nauryz”, located next to the hotel complex, our guests can taste drinks made from camel’s and mare’s milk”.

При переводе слов шубат и кумыс переводчик использовал описательный метод, раскрывая значение культурной единицы при помощи развернутого словосочетания *drinks made from camel’s and mare’s milk*, тем самым сделал текст понятным для иностранного читателя, но потерял исходные языковые единицы. Описательный перевод является одним из способов компенсации лакуны.

4. Еще одним примером использования описательного метода является:

“Our company will provide you with a free *railcard*.-

Наша компания бесплатно предоставит вам проездную карту для оплаты железнодорожных билетов».

Railcard - это дисконтная карта, которую можно использовать для оплаты железнодорожных билетов. Переводчик снова использует технику добавления информации, так как в русском языке не существует аналога данного слова.

В настоящий момент реклама является одним из самых важных инструментов любой туркомпании для привлечения новых клиентов, распространения материала и формирования имиджа и конкурентоспособности. Большинство оригинальных источников информации, будь то сведения об отелях, рекламных акциях, новых услугах и тарифах, являются зарубежными. Поэтому правильный перевод контента играет ключевую роль в продвижении туристических услуг, как для иностранных, так и местных предпринимателей, работающих в данной сфере. На восприятие текста влияет множество прагматических факторов, описанных в данной статье. Понимание прагматического аспекта и использование корректной адаптации являются основными компетенциями, которыми должен обладать переводчик, имеющий дело с рекламными текстами туристической тематики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. — М.: Высш. шк., 1990. — 254-276 с.
2. Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. - М.: МАКС Пресс, 2009. - Вып. 39. - 28 с. Прагматический аспект перевода.
3. Бархударов 1975 - Бархударов Л.С. Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода. М.: Международные отношения, 2008.
4. Wikipedia [Электронный ресурс]. Коннотация. Режим доступа URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F>
5. Studbooks [Электронный ресурс]. Функции текста. Режим доступа URL: https://studbooks.net/2147824/literatura/funktsii_teksta
6. А.Нойберт 1968 «Прагматические аспекты перевода». Теория переводческой эквивалентности. Степени прагматической переводимости.

УДК

Женісбек М.,
4 курс студенті, «Аударма ісі»
Абылай хан ат.КазХҚжӘТУ
Алматы, Қазақстан
e-mail: mr.medet916@gmail.com
Фылыми жетекшісі –
ф.ғ.д., проф. Исмагулова Б.Х.

**ЦИФРЛЫ ҚОҒАМ ДӘУІРІНДЕГІ МАШИНАЛЫҚ АУДАРМА
(ОРЫС-ҚАЗАҚ, ҚАЗАҚ-ОРЫС «СӨЗДІК» ОНЛАЙН АУДАРМАШЫ НЕГІЗІНДЕ)**

Аннатпа. Бұл мақала цифрлы заманда машиналық аударманың қажеттілігі өсуіне байланысты орысша-қазақша, қазақша-орысша «Сөздік» онлайн аудармашының пайда болуы, қазіргі жағдайы мен алда шешімін күтіп тұрған мәселелер қарастыруға арналған.

Тірек сөздер: аударма, машиналық аударма, орыс-қазақ, қазақ-орыс аударма

Зерттеу тақырыбының өзектілігі заманауи Қазақстанның «Рұхани жаңғыру» мемлекеттік бағдарламасына сай цифрлы қоғамның талаптарынан туындайды [1]. Қазіргі әлемдегі жаһандану процестері өмірдің әртүрлі салаларындағы көптеген интеграциялық құбылыстармен бірге білім мен ақпаратты берудің құралы болып табылатын аударма рөлінің күрт өсуіне әкелді. Кез келген мемлекет үшін иелік ету оның әлемдік аренадағы бәсекеге қабілеттілігінің факторы болып табылады. Жаһандану процестеріне қатысатын Қазақстан, әлемнің көптеген елдері сияқты, халықаралық стандарттарға, соның ішінде ғылым мен білім саласындағы талаптарға сай бағытталған бірқатар шараларды іске асыруды. Осыған байланысты, қазіргі уақытта Қазақстанда «Рұхани жаңғыру» мемлекеттік бағдарламасы қабылданып, іске асырылуда. Саяси, экономикалық, мәдениаралық қатынастардың кеңінен қанат жайып нығаюы аударма материалдардың көлемі өсіп, мазмұны күрделенумен бірге жылдамдық пен дәлділік, аударма сапасына қойылатын талаптардың қатан болуына әкеледі. Соңдықтан көлемі мол, жылдам және мазмұны тіршіліктің барлық саласын қамтитын автоматтандырылған машиналық аударманың тұтынушылар саны күннен күнге көбеюмен бірге оның сапалы болуын талап ету цифрлы қоғам дәүірінің ақырат көрінісі. Мысалы, интернетте орналастырылған қазақша-орысша, орысша-қазақша электронды сөздіктің сипаттамасы: «Электрондық сөздік Сөз Ана 1.0 (орысша-қазақша, қазақша-орысша сөздігі) Шыққан жылы: 2006. Бұл электрондық сөздік сөздерді және мәтіндерді тез және ыңғайлы аударуға арналған. Сөздікте 120 000 сөздер жиналған. Аударманың әр бағыты бойынша 60 000-нан астам жазбалар бар. [sozdik.kz.]

Сонымен, онлайн сөздік аудармашы, немесе **онлайн сөздік**, дегеніміз - сөздіктен сөздер және сөйлемдердің аудармасын шапшаң және ыңғайлы іздестіріп, сөздердің аудармасына шапшаң ауысу. Қазіргі таңда интернет пен цифрлы технологиялардың қолжетімді болып, қашықтықтан оқытудың қолайсыз пандемия жағдайда жаппай сұранысқа ие болуы да қазақша-орысша, орысша-қазақша онлайн аудармашы сөздіктің жетістіктері мен шешімін күтудегі мәселелерін талдау қажеттілігін байқатуда.

Зерттеу нысаны — технологиялар заманында сұранысы өсіп келе жатқан машиналық аударма; зерттеу пәні — орыс-қазақ, қазақ-орыс «Сөздік» онлайн аудармашының жағдайы (жетістіктері мен

қызыншылықтары). Зерттеу әдістері ретінде осы тақырыпқа қатысты бұрын-соңды жасалған ғылыми еңбектерді зерделеу, анықтамалық (дефинициялық) әдіс, салыстыру және статистикалық әдістер қолданылады.

Машиналық аударманың жалпы сипаттамасы

Қазіргі кезде **машиналық аударма** (МА; машинный перевод; machine translation) дегеніміз — мәтіннің немесе сөздің бір тілден басқа тілге компьютер көмегімен орындалатын аудармасы. Оның тарихына үнілсек, басында машиналық аударма, немесе автоматты аударма, — электронды-есептеуіш машинаның (ЭЕМ) көмегімен бір тілдегі мәтінді екінші тілге аудару. Автоматтандылған аударма инженерлік тіл білімі мен қолданбалы ғылымдар саласына жатады, тілді табиғи код (шартты белгі) ретінде қарастырып, статистикалық және теориялық-апараттық әдістерді қолданады [2]. Зерттеу салмағы қоғама лексикадан синтаксис саласына ауысып, семантикалық анализдің көмегімен мәтіннің мағына жағына көп көңіл бөлінеді. Қөптеген тілдік мәліметтерді қамтитын кең қолемді машиналық сөздіктер жасайды. Автоматтандырылған аударма сол күйінде тұтынушының қажетіне жарамды болмаған жағдайда, аудармашы мамандардың жеңіл-желпі өндөреүнен өтеді. Қазіргі кезде ЭЕМ-нің көмегімен іске қосылған ағылшын, неміс, француз тілдерінен орысшаға аударатын жүйелер бар.

Машиналық аударма жүйелері кибернетикалық модель жасау аясына қатысты болуы себепті шет тіліндегі мәтінді ана тіліне және көрісінше аудару тұсындағы адамның тілдік әрекеті арқылы іске асады. Соңдықтан аударма ісі электронды-есептеу машиналарының (ЭЕМ) көмегімен аудармашы әрекетін қайталауға бағытталады.

Аудармашы тілдік әрекетінің, яғни сөйлеу-ойлау қызметінің моделін, машиналық аударма жүйесі арқылы жүзеге асыру екі түрлі таптастыру параметрлері бойынша анықталады:

— автоматтандыру дәрежесі, яғни компьютерге жүктелетін жұмыстың нақты қолемі. Мұнда мынадай жағдаяттарды айырып қарастыру керек:

- 1) аударма жұмысы толықмен немесе толыққа жуық ЭЕМ арқылы орындалады;
- 2) аударма жұмысын аудармашы атқарады, ал ЭЕМ жәрдемші рөлін атқарады (мысалы, қажетті сөздің аудармасын сөздіктен тауып алу жұмысында).

— аудармашы адамды қарастыру стратегиясы, яғни аударма жұмысының негізгі бөлігі, компьютер арқылы орындалады да, ал аудармашы аударылған мәтінді өндөуге, яғни аудару кезінің әр түстарында (басында, ортасында, аяғында) редакциялық жұмысқа қарастынады.

Аудармашы сөйлеу әрекетінің ерекшелігі мынаган саяды: бастапқы нысан ретінде бір тілдегі мәтін алғынады, ал тілдік қызметтің нәтижесі ретінде — мағиналық жағынан аударылуға тиісті мәтінге барабар, басқа тілдегі мәтін болып табылады. Басқаша айтқанда, аталған нәтиже міндетті түрде мәтін түрінде ұсынылуы қажет. Бұл ерекшелік автоматтандырылған аудармаға белгілі принциптік құрылымды сақтауды міндеттейді. Төменде ондай құрылым мүмкіндігінің ең жақсы деген (идеалды) көрінісі берілді.

«Х» тіліне талдау жүргізу мен оны өзгертудің мақсаты — «Х» тілінің сөздігі, грамматикасы және қолдану ережелері негізінде «Х» тіліндегі мәтіннің мазмұнын ашу. Ал «Y» тіліне жинақтау әдісін қолдануды — «Y» тіліндегі шығару мәтінін құрастыру (немесе оны синтездеу) деп атайды. «Y» тіліндегі мән-мағына сол тілдің сөздігі мен грамматикасы негізінде ашылады [3].

ЭЕМ-сыз дәстүрлі аудармашының мәтінді аудару кезіндегі талдау мен жинақтау компоненттерінің орын алудың айқын түрде байқалмағанымен, автоматтандырылған аударма жасау процесінде ондай тәсіл бөліктері міндетті түрде орын алуды қажет.

Машиналық аударма тарихынан

Машиналық аударманың «өмірге келуіне», біріншіден, XX ғасырдың екінші жартысынан бастап әр елдерде (континенттерде) бірнеше тілдегі ақпарат ағымының қарқындан өсуі, екіншіден, ғылыми-техникалық прогресс үшін оларды менгеру қажеттігіне қарастырылған аудармашыға мәтіннің грамматикасы және лексиканың көмекші сөздері мен есімдік сөздері және басқа да осы сияқты функционалды грамматиканың элементтері белгілі болғанымен, салалық мәтіннің арнайы лексикасы таныс болмауы мүмкін.

Аталған әлеуметтік себептер аударма мәселесінің шешімін табуды және оның ұтымды жолдарын іздестіруді қажет етті. Бұған ең алдымен аудармашының тілдік қызметінің ерекшеліктері ішінен шеттілдік мәтіннің құрылымын зерттеудегі таза формалды талдау жолын жатқызуға болады. Мысалы, аудармашыға мәтіннің грамматикасы және лексиканың көмекші сөздері мен есімдік сөздері және басқа да осы сияқты функционалды грамматиканың элементтері белгілі болғанымен, салалық мәтіннің арнайы лексикасы таныс болмауы мүмкін.

Шеттілдік мәтінді аударудағы оның тұрпаты (формасы) бойынша мән-мағынаны ашу ерекшеліктерін модельдеу, ең алдымен, аудармашының іс-әрекетін зерттеу нысаны ретінде алуға бірден-бір себепші болды. Сонымен, мұндай модельдеу шеттілдік мәтінді аударуда тілдің ақиқат деректерін «шеттетіп», тілдің семантикасын арнайы талдамай-ак, формалды тұрғыда аударма баламасын табуға мүмкіндік жасайды.

Аударма жасауда екі немесе одан да көп тілдердің бірліктері арасындағы мағына сәйкестігін анықтау үшін алғашында механикалық тәсілдер қолданылды. Сондықтан аударма жұмыстарының жетістіктері әлемдік ғылымға тек XX ғ. 50-жылдарында ғана белгілі бола бастады. Ең алғашқы машиналық аударма жүйелері АҚШ-та пайда болды [2]. Тарихи тұрғыдан қарастырғанда машиналық аударма жүйесін құрастыруға жалпытілдік көзқарастағы криптография (шартты белгілермен жазылған құпия жазу) саласының теориясы мен практикасы негіз болды.

Екінші дүниежүзілік соғыс кезінде әр елдерде, әсіресе Англия мен АҚШ-та құпия хаттардағы шифрлі жазуды үйреншікті жазуға ауыстыру (дeшифровка) жұмысын машинасыз да және машинамен де әрекет ету арқылы қоғтағаннан көтеген нәтижелерге қол жеткені белгілі. Мысалы, гитлерлік басқару орындарының шифрланған бұйрықтары мен хабарларын жай жазуға айналдыратын «Ультра» атты дeшифрлау машинасынан құрастырылғанын айта кетуге болады.

Лингвистикалық тұрғыдан қарастырғанда, шифрланған (кодталған) хабарды дәстүрлі жазуға келтіру дегеніміз, ол лексикалық қоры белгісіз және грамматикалық ережелері әлі анықталмаған шет тілінде жазылған мәтінді аудару жағдаяттымен барабар деуге болады. Мұндай аударма жұмысы бір кодтағы жүйеден екінші кодтағы жүйеге ауыстыру әрекетімен бірдей келеді.

Дeшифрлау мамандардың пайымдауынша, шифрланған (кодталған) хабарды жай жазуға келтіру әрекетіне қарағанда бір табиғи тілдегі мәтінді екінші табиғи тілге аудару әрекеті жеңіл деп бағаланады. Себебі, қазіргі табиғи тілдерді сипаттайтын қоғтағаннан сөздіктер мен грамматикалардың негізінде тілдің өзіне ғана тән лексикалық, морфологиялық және синтаксистік ерекшеліктері алдын ала белгілі деуге болады. Ал есептегендегі техникасы ондай сөздіктер мен грамматикаларды қалаған тәртіpte, бағдарламаға сай өз жадында орналастыра алады.

1946-1947 жылдары ЭЕМ арқылы машиналық аударма жасау идеясы Принстонның ғылыми-зерттеу институтында арнайы мәселе ретінде талқыланады (У.Уивер, А.Л.Бут және т.б.). Ең алғаш бұл идея дeшифровка ісінің американалық маманы Уоррен Уивердің меморандумында бірізді шешімге келтірілді. Ал 1949 жылдың 15 шілдесінде атақты ғалым өз меморандумында көтерілген мәселелерді тіл және есептегендегі техникасы мен dешифровка салаларындағы екі жұзден астам мамандарға жария етті. У.Уивер машиналық аударманың принциптік мүмкіндігін мұлде бөлек тілдердің үқсас қасиеттерімен және әр тілдің өзіне ғана тән формалды сипатта болуымен байланыстырады [4]. Қорыта айтқанда, У.Уивердің пікірі бойынша, қытайша жазылған кітапты қытайша шифрланған (кодталған) ағылшынша немесе басқа ұлттық тілдердегі кітап деп түсінген жөн.

Орысша-қазақша, қазақша-орысша «Сөздік» онлайн аудармашы

Қазақстанда XX ғасырдың соңғы ширегінде профессор Қ.Б. Бектаевтың жетекшілігі- мен құрылған шағын топ әр түрлі мәтіндерді қазақшадан орысшаға аударумен шұғылда-нып, теориялық және практикалық зерттеулер жүргізе бастаған. XXI ғасырдың алғашқы онжылдығында Интернетте орналастырылған қазақша-орысша, орысша-қазақша электронды сөздік қоссалалы, сөздік қоры өсіп, аударма сапасы өндөліп келе жатқан, интеграциялық заманға қажеттілігі сай құрал. Оған осы онлайн аудармашының орыс-қазақ «Сөздік» нұсқасынан алынған сөздердің аудармасын талдау дәлел бола алады. Себебі тек бір ғана құрылғыс саласына қатысты сөздік бірліктерінің орыс тілінен қазақ тіліне аудармаларын салыстыру барысында сандық көрсеткіштер келесідей болды: аударылған бірліктердің 83 % -ы түпнұсқа мағынасын дұрыс келтірген, мысалы: кровля – шатыры, жилой дом - тұрғын үй, инкрустация - инкрустациялау, оның жартысынан көбір түпнұсқа сөздерді қазақ тіліне аударуда кірме сөз ретінде өзгеріссіз қалдырылған. Мысалы: балкон – балкон, вестибюль – вестибюль, веранда – веранда, галерея – галерея, деталь – деталь т.б. Ал дұрыс аударылған 83 % -га қосыла алмаған 17 % аудармалардың мағынасы түпнұсқа мазмұнына сай емес. Накты айтқанда, орысша-қазақша «Сөздік» онлайн аудармашының келесі аудармалары түпнұсқа мағынасының аударма тілінде жеткізілмегенін көрсетеді:

- *планировка зданий - жоспарлау ғимараттар* деп берілген. Аударма қатесі сөз тәртібінің бұзылуынан мазмұнын жоғалтып, түпнұсқаға сай емес; дұрысы: *ғимараттырды жоспарлау*.
- *класс здания - сынып ғимараттар*. «Класс» деп түпнұсқада ғимараттың сапа деңгейіне баға

беру болса, бұл мағына аудармада мүлдем жок. Дұрысы: *гимарат санаты* | *категориясытман*

- арка – арқа. Аударманың мағынасы келмейді, себебі орысша «арка» дегеніміз – екі тіректің, немесе қабырганың, доға тәрізді қосылып, оның астынан өтуге мүмкіндік беретін құрылым, ал сөздікте берілген «арка» баламасы тірі ағза қаңқасының тірегі болатын артқы жағының атауы, оның орысша баламасы «спина». Аударма сөздің мағынасы түпнұсқа сөздің мағынасына сай келмейді. Біздің ұсынатынымыз: арка, строит. - құрылыштық доға.

Бұл сандық көрсеткіштер басқа салалаларда өзгеше болуы ықтимал болғанымен, тәжірибеге сүйенсек, орысша-қазақша, қазақша-орысша «Сөздік» онлайн аудармашы нәтижелерінің 10-20% аралығында дәл емес болуы немесе аудармасының келтірілмеуін де болжау әбден мүмкін. Бұл жағдай орысша-қазақша, қазақша-орысша аудармаларының даму қажеттілігін, соның ішінде қос тілдің аударма сөздер қорының үнемі зерттеліп, жаңартылып тұруының қажеттілігін көрсетеді.

Сонымен, орысша-қазақша, қазақша-орысша «Сөздік» онлайн аудармашының келешегі зор жоба екенін тұжырымдай отырып, алда аударма сапасын көтеру мақсатымен қазақ лексикасын тереңірек зерттеу арқылы оның лексика-семантикалық потенциалын нығайту мәселесі шешімін күттеде десе болады.

ӘДЕБІЕТ

1. Назарбаев Н. Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру. - <https://www.zakon.kz/4853272-n1201rs1201ltan-nazarbaev..html>
2. Иванова Л. **П.Курс** лекций по общему языкоznанию. Научное пособие. К.: Освіта України, 2006. - 312 с.]
3. Шевчук, В.Н. / Информационные технологии в переводе. Электронные ресурсы переводчика – 2. – В.Н. Шевчук. М.: Зебра Е, 2013. - <https://obuchalka.org/2015061885277/elektronnie-resursi-perevodchika-shevchuk-v-n.html>
4. Пиванова Э.В. Теория и практика машинного перевода: учебное пособие, - СКФУ, 2014 - <http://www.docme.su/doc/1197574/9592.2038.teoriya-i-praktika-mashinnogo-perevoda>

УДК 81>25

Zhursinbaikyzy Aruzhan

student of 4th course of Ablaikhan KazUIRandWL,
specialty «5B020700 -Translation studies»
Almaty, Kazakhstan
e-mail: zhursinbaevna@inbox.ru

COMPARATIVE ANALYSIS OF LANGUAGE AND CULTURE IN TRANSLATION OF JOURNAL TEXTS FROM ENGLISH TO KAZAKH

In this article, considerable attention is paid to identifying the linguistic (lexical, grammatical, as well as stylistic) features of English and Kazakh journal texts, their transfer from the SL (source language) to the TL (target language) through a number of translation transformations.

Keywords: translation, phraseological unity, translation language, literary norm, lexical compensation.

Жүрсінбайкызы Аружан
студентка 4 курса КазУМОиМЯ имени Абылайхана,
Специальность «5B020700 - Переводческое дело»
Алматы, Казахстан
e-mail: zhursinbaevna@inbox.ru

СОПОСТОВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ В ПЕРЕВОДЕ ЖУРНАЛЬНЫХ ТЕКСТОВ С АНГЛИЙСКОГО НА КАЗАХСКИЙ ЯЗЫК

В данной статье значительное внимание уделяется на выявление языковых (лексических, грамматических, а также стилистических) особенностей английских и казахских журнальных текстов, их передача с ИЯ (исходного языка) на ПЯ (переводящий язык) посредством ряда переводческих трансформаций.

Ключевые слова: перевод, фразеологическое единство, язык перевода, литературная норма, лексическая компенсация.

В глобальном тексте газеты и журнала преобладают тексты, основная цель которых – сообщить новые сведения. Разновидностей таких текстов – много: краткие информационные сообщения (заметки), тематические статьи, объявления разного рода, интервью. Другим распространенным видом газетно-журнального текста является эссе, где основную роль играет не сами сведения, а суждения о них и форма их подачи (речь об эссе пойдет в следующем разделе).

То обстоятельство, что перечисленные тексты являются частью глобального текста газеты или журнала, представляется нам важным для определения стратегии их перевода: ведь в этом глобальном тексте есть свой единый стиль, своя идеология, своя тематическая направленность.

Реципиенты газетно-журнального текста – широкие массы населения, хотя некоторые издания имеют более узкую возрастную, сословную или тематическую ориентацию. Широта читательской аудитории порождает необходимость доступности текста, и комплекс языковых средств, используемых в нем, за два с половиной века существования этого жанра выстроился таким образом, что в современном своем воплощении идеально выполняет свою задачу. Ведущим признаком газетно-журнального текста является **клишированность** средств языкового выражения, а основным средством – устойчивая (в рамках данного речевого жанра!) сочетаемость. При этом в термин «клише» мы не вкладываем никакого негативно-оценочного смысла. Имеется ввиду именно промежуточный статус оборотов речи – между свободной сочетаемостью и фразеологической связанностью: «демографический взрыв», «мрачные прогнозы», «нельзя переоценить», «кризис доверия». Из таких еще не устойчивых в общеязыковом смысле, но очень привычных читателю блоков, как из детского конструктора, складывается газетно-информационный текст. Такие клише организованы, как правило, по принципу метафоры, но их образность уже отчасти стерлась, она стала привычной, и каждый образ такого рода служит для читателя своеобразным сигналом, создающим общий фон повышенной эмоциональности восприятия, однако этот фон не выступает на первый план и не мешает воспринимать когнитивную информацию. Подавляющее большинство клише содержит простую оценочную коннотацию по шкале «хорошо»/«плохо», например: «бездурная гонка вооружений» (плохо); «мастер своего дела»(хорошо); и то, что читатель находит в тексте комбинацию заранее известных оценок, облегчает понимание суммарной оценки события, которую дает корреспондент.

Не случайно же газеты и журналы часто использовались как мощное средство идеологического давления. В любом информационном сообщении, даже спортивном, можно уловить, на чьей стороне автор. В газетно-журнальном тексте безусловно содержится совершенно объективная когнитивная информация. Выражена она независимыми от контекста языковыми средствами: это цифровые данные, имена собственные, названия фирм, организаций и учреждений. Однако их выбор (упоминание одних данных и неупоминание других), их место в тексте, порядок их следования (например, порядок следования имен политических деятелей) уже обнаруживает определенную позицию. Ни на выбор данных, ни на их место в тексте переводчик повлиять не может, да ему и не придет в голову вмешиваться в построение текста. А вот достоверность передачи остальных средств оформления позиции авторов – целиком в руках переводчика.

Не все средства эмоционального воздействия, несущие эмоциональную информацию, лежат в этом тексте на поверхности.. Несомненно, встречаются здесь и слова с оценочной семантикой («чудовищное преступление»), и синтаксические структуры, актуализирующие оценку – в таких случаях переводчик не ошибется, подбирая нужные вариантные соответствия. Но часто прямая оценка отсутствует. В газетно-журнальном тексте довольно отчетливо выступает основной стилистический фон – фон письменной литературной нормы языка с некоторыми чертами устного ее варианта. Традиционно доля разговорной лексики и устных синтаксических структур в массовой периодике в разных странах (а значит – и на разных языках) различна. Более академичны и близки к письменной литературной норме немецкий и русский газетно-журнальные стили, значительно более свободны английский и особенно американский.

I. Специфику газетно-журнального варианта письменной литературной нормы, помимо некоторых отступлений в сторону устного варианта, составляют прежде всего уже упомянутые клише и фразеологизмы . Их перевод – особая проблема, ведь передача их пословно, как правило, невозможна – поскольку они представляют собой единый образ, а значит их следует рассматривать как единое семантическое целое -, а замена их словами в прямом значении также нежелательна – исчезнет атмосфера привычных читателю образов и заранее заданных оценок, и читатель может потерять к тексту всякий интерес. Таким образом часть коммуникативного задания – навязывание определенной позиции – не будет выполнена. Как же передавать клише и фразеологизмы? Техника передачи «настоящих» фразеологизмов – идиом, пословиц и поговорок – давно разработана. Переводчик рассматривает их как семантическое единство и пытается отыскать в языке перевода аналогичный фразеологизм, желательно – с той же степенью семантической связанности – в языке перевода. Это означает, что, предположим,

идиоме, где образность затмнена («To twiddle one's thumbs») он пытается подобрать в переводе эквивалент тоже с затмненной формой. Если такого эквивалента в языке перевода не существует, он идет на то, чтобы понизить степень семантической спаянности и заменяет идиому на фразеологическое единство, где образность сохраняется (если представить себе, что идиома «To twiddle one's thumbs» в языке перевода отсутствует, то ее семантику мы сможем передать фразеологическим единством «маяться дурью»). Но при переводе фразеологизмов в современном газетно-журнальном тексте от переводчика требуется предельное внимание, потому что существует такой феномен, как деформация и контаминация фразеологии. Самый простой вариант деформации – неполнота состава. «С кем поведешься...» – так называется одна из статей на политическую тему; подразумевается пословица «С кем поведешься, от того и наберешься». В таком случае при переводе, после того, как эквивалент найден, переводчику необходимо воспроизвести принцип неполноты, то есть, проще говоря, оборвать пословицу в тексте перевода, но так, чтобы сохранилась семантика подлинника. Контаминация, то есть переплетение двух фразеологизмов, вроде: «Every cloud has a silver lining» требует от переводчика опять-таки воспроизведения приема: когда эквиваленты найдены, их придется переплести. Это всего лишь два примера, на деле вариантов изменения состава фразеологизмов – значительно больше, и задача переводчика – заметить изменение и постараться отразить его в переводе.

II. Значительно сложнее обстоит дело с передачей клише, поскольку многие из них не зафиксированы в словаре. Именно словосочетания с этой, клишированной сочетаемостью предлагает ввести в активный запас устного переводчика. Примерно то же самое приходится посоветовать переводчику письменного текста. В данном случае нет необходимости заучивать эти обороты на слух, но надо натренировать себя на то, чтобы легко опознавать их в тексте оригинала и представлять себе, что именно в данном контексте обычно используют в языке перевода. Без этого опыта хорошего владения текстовой спецификой в равной мере как на языке оригинала, так и на языке перевода никогда не догадаться, что русское «закулисные сделки» и немецкое «Kuhhandel» (буквально «торговля коровами») – это одно и то же.

Еще более замысловатую проблему представляет высокая аллюзивность газетно-журнального текста. Выражается она в том, что журналисты используют в качестве тех готовых «кирпичиков», о которых говорилось выше, скрытое или явное цитирование хорошо знакомых всем читателям фрагментов текста из известных кинофильмов, мультфильмов, популярных песен, звуковой и письменной рекламы – короче говоря, опираются на широкий вербальный контекст всех источников массовой информации. Вывод один – переводчик обязан стремиться как можно лучше знать этот контекст. Тогда хотя бы часть скрытых цитат он расшифрует и постараётся воспроизвести или прокомментировать их в переводе. Здесь однако мы сталкиваемся со сложной ситуацией, о которой много спорят теоретики и практики: а надо ли передавать эту аллюзивность, если читатель перевода все равно не владеет широким контекстом СМИ? По нашему убеждению расшифрованная переводчиком глубина содержания текста, его аллюзивный подтекст имеет право быть переданным, более того, у переводчика как раз **нет права** лишать читателя этой глубины, но прямой цитаты, предположим, из сериала, будет пожалуй недостаточно. Восполнить недостающий контекст поможет внутренний комментарий в переводе, что-нибудь вроде: «Чем дольше зреет, тем сладче будет, как гласит одна популярная в Германии реклама срочных банковских вкладов», где скрытой цитатой является текст рекламы «Die besten Früchte reifen am längsten» (буквально: «Лучшие плоды созревают дольше всех»). Впрочем, как уже отмечалось, это вопрос спорный. Не исключено, что переводчик изберет более академический вариант комментирования – сноски.

Помимо фразеологизмов, клише и скрытых цитат, эмоциональная информация в газетно-журнальном тексте передается с помощью широкой палитры синтаксических средств. Во-первых, это длина и сложность предложения. Короткие фразы позволяют резко увеличить динамику повествования, а контраст коротких простых и длинных сложных предложений позволяет выделить необходимое. Как правило, выделяется таким образом оценка, заключенная в короткой фразе. Во-вторых, это инверсия, позволяющая выделить в предложении главное. Изредка для усиления эмоциональности используется также парцелляция, то есть отделение части предложения и оформления его как отдельного.

III. Особую роль в газетно-информационном тексте играют так называемые **модные слова**. Это могут быть слова иностранного происхождения, только входящие в язык (такие, как в современном русском языке «маргинальный», «офис» и мн.др.), или старые слова, но неожиданно расширившие диапазон сочетаемости (как в русском слово «стилистика»: «стилистика мебели», «стилистика автомобиля»)

и т.д.). В любом случае это слова, частотность употребления которых сегодня высока. Модные слова повышают доверие читателя к тексту (этим же средством активно пользуется реклама), подчеркивают актуальность информации. Однако, если они не имеют международной популярности, то при переводе на другой язык не будут производить впечатление модных. Что же делать переводчику? Как передать это функционально важное средство? Пожалуй, здесь мыслима только лексическая компенсация, то есть введение в тест перевода модных слов языка перевода, точнее, замена при переводе нейтральных с точки зрения «модности» слов – на модные, то есть перенесение функционального параметра модности на другую лексему.

Вернемся к примеру на контаминацию двух пословиц: «Не плюй в колодец, вылетит – не поймаешь». Здесь проявилась еще одна значимая черта газетно-журнального текста – наличие иронии, которая помогает расставить акценты в выражении автором оценки. Ирония – скрытый комизм, который строится, как известно, на сопоставлении несопоставимого (семантически, стилистически и т.п.). В газетно-журнальном тексте она часто базируется, например, на использовании лексики высокого стиля в нейтральном или близком к разговорному контексте. Так или иначе, переводчику придется для передачи этого средства попытаться воспроизвести принцип контраста, то есть найти среди вариантов соответствий такие, которые контрастируют по тому же принципу.

Говоря о газетно-журнальном тексте, мы исключили из нашего рассмотрения интервью и объявления. Некоторые особенности интервью уже обсуждались в главе об устном переводе. Прочие его особенности (клише, фразеология, модные слова), важные для перевода, рассмотрены в этом разделе. Объявления же, характерной чертой которых наряду с другими является компрессивность, мы решили вообще не затрагивать, так как они крайне редко являются объектом перевода.

Заключение

Выводы для переводчика: Доминантами перевода газетно-журнального информационного текста являются средства, отражающие его коммуникативное задание – сообщить новые сведения, навязав их определенную оценку. Еще раз кратко перечислим эти средства и ресурсы их передачи: 1) Числовые данные, имена собственные, названия фирм, учреждений и организаций – передаются однозначными эквивалентами; единица перевода – слово или словосочетание. 2) Клише и фразеологизмы – перевод вариантными соответствиями; единицы перевода – словосочетание или предложение. 3) Скрытые цитаты – перевод с помощью вариантных соответствий или трансформаций, с комментированием (внутренним или внешним). 4) Модные слова – перевод с помощью лексической компенсации. 5) Контраст коротких и длинных предложений, контраст предложений по сложности, парцелляция – перевод с помощью функционально подобных структур, чаще всего с использованием трансформаций (с сохранением контраста). 6) Ирония – передается по принципу сохранения контраста функционально подобных средств. Единицы перевода – слово, словосочетание, предложение. Встречаются все виды соответствий.

В результате исследования текстов газетно-журнального характера можно сделать вывод о том, что, возможности, средства и приёмы, используемые при переводе газетно-журнального информационного текста, определяются в зависимости от характера текста. Газетно-публицистический стиль охватывает массовые популярные политические тексты, воздействующие на актуальные общественно-политические процессы оперативным документальным отображением, основанном на идеально-политическом осмыслении и эмоционально выраженной оценке.

Иными словами, в лексическом составе языка газетно-журнального текста, где, безусловно, преобладают термины и нейтральные общеупотребительные слова, относящиеся к пласту профессиональной лексики, не наблюдается определенное единообразие.

Основная задача газетно-журнального перевода состоит в предельно ясном и точном доведении до читателя исходной информации. Это достигается логическим изложением фактического материала, с эксплицитно выраженной эмоциональностью, присутствием выразительных средств, таких как метафора, метонимические транспозиции и других стилистические элементов, широко используемые в художественных произведениях.

ЛИТЕРАТУРА

1. «Чтение и перевод английской научной и технической литературы. Лексико-грамматический справочник», Рубцова М. Г., 2006 г.
2. «Теория перевода и переводческая практика» Я. И. Рецкер, 2007 г.

3. «Современное переводоведение», Комиссаров Вилен Наумович, 2011 г.

4. «Введение в теорию перевода: лингвистические проблемы», Андрей Федоров, 1953 г.

5. <https://www.freepapers.ru/92/frazeologizmy-v-sovremennoj-presse/121145.781011.list3.html> [Электронный ресурс]

6. <https://puzzle-english.com/directory/sayings> [Электронный ресурс]

УДК 81'25

Igissin Dariga,

Bachelor of Translation Studies of Ablai khan

KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan

e-mail: igissindariga@gmail.com

Scientific supervisor: MA, Senior instructor Zyryanov V.K.

PECULIAR PROPERTIES OF TRANSLATION OF ENGLISH FILMS

The article is concerned with the process of film translation from English to Russian language, types and key aspects of film translation, related problems and methods for solving them.

Keywords: film translation, English films, film dubbing, simultaneous translation, subtitles, film adaptations, film localization.

Игісін Дағыға,

бакалавр КазУМОиМЯ имени Абылай хана

Специальность «В036 - Переводческое дело»

Алматы, Казахстан

e-mail: igissindariga@gmail.com

Научный руководитель: м.г.н., ст.преп. Зырянов В.К.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ

В статье рассматривается процесс перевода кино с английского языка на русский язык, виды и ключевые аспекты киноперевода, связанные с этим проблемы и методы их решения.

Ключевые слова: киноперевод, англоязычные фильмы, дублированный перевод, синхронный перевод, субтитры, озвучивание кино, адаптация кинофильма, локализация фильма.

В современном мире кино несомненно занимает весомое место и играет колоссальную роль. Благодаря кино люди имеют возможность прожить жизнь, совершенно отличную от реальной, испытать самый разнообразный спектр эмоций: грусть, счастье, страх, смех и т. д. Хорошее кино может способствовать приливу сил, придать человеку мотивацию, заставить задуматься, пересмотреть взгляд на некоторые вещи или явления.

Фильмы создаются практически во всех странах мира и, как следствие, на различных языках. Киноновинки нуждаются в адаптированном адекватном переводе с целью демонстрации в других государствах. С кино связана огромная переводческая индустрия – локализация. Качественный перевод фильмов осуществляется командой специалистов в данной области, ведь каждый вид перевода имеет свои тонкости и особенности.

Для начала следует выделить основные виды киноперевода. Их насчитывается четыре.

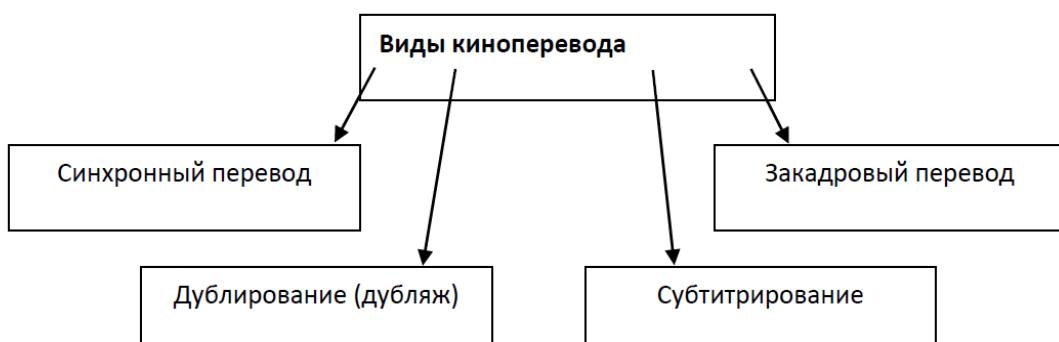


Схема 1. Виды киноперевода

Рассмотрим каждый вид подробнее:

1) **Синхронный перевод** – наиболее старый вид киноперевода. Был популярен в конце 80-х и

начале 90-х годов советского и постсоветского периода. Он также был знаменит как «пиратский» перевод. Переводчики того времени известны как «переводчики эпохи VHS». Синхронный вид перевода используется в основном на кинофестивалях, где зрители смотрят фильмы в оригинале. Переводчик делает мгновенный перевод реплик кинофильма, при этом смотря его в первый раз.

2) **Закадровый перевод** или же «voiceover» в свою очередь подразделяется на одноголосый или многоголосый. Одноголосый перевод осуществляется одним профессиональным актером озвучивания. Также может быть двухголосый перевод с участием мужчины и женщины. Может участвовать более двух человек, но, как правило, не больше восьми. Оригинальный звукоряд не убирается, звуковая дорожка с переводом накладывается поверх оригинала. Таким образом зритель может лучше понять и ощутить эмоции героев фильма. Тем не менее производится кропотливая работа над синхронным звучанием звуковых дорожек. Чтобы уложиться во временной отрезок переводчикам нередко приходится прибегать к различным сокращениям и синтаксическим уподоблениям.

Также стоит отметить то, что существует так называемый «любительский» перевод. В большинстве случаев им занимаются фанаты определенной киноленты, не являющиеся официальной или профессиональной студией.

3) **Дублированный перевод** – это перевод, выполняемый профессиональными студиями с участием специально подобранных актеров озвучки. На него уходит больше материальных средств и усилий. Оригинальный звукоряд убирается, поэтому сложность заключается не только в том, чтобы фраза или реплика укладывалась по времени, но и в том, чтобы совпадала артикуляция героев фильма и актеров озвучки на переводимом языке. Задача дубляжа англоязычного фильма – сделать так, чтобы зритель поверил в то, что герой фильма говорит на русском языке.

4) **Субтитрирование** – данный вид перевода значительно проще по сравнению с вышеописанными. Субтитры могут быть как на исходном языке оригинала, так и на переводимом языке. Зачастую, субтитры появляются раньше озвучки либо дубляжа. Они не обладают особой навязчивостью как закадровый голос. Хочу отметить, что оригинальные субтитры довольно полезны при изучении иностранного языка, так как способствуют лучшему пониманию происходящего. Во многих дублированных фильмах песни или музыкальные сцены не всегда озвучиваются актерами, а просто дополняются субтитрами. При субтитрировании имеется ограничение по количеству знаков в кадре, а также по времени демонстрации.

Зрителю должно быть комфортно читать текст и одновременно наслаждаться происходящим на экране. Не всегда получается точно адаптировать каламбуры, остроумные высказывания, игру слов или отсылки, поэтому для полного погружения в атмосферу фильма большинство зрителей предпочитают смотреть кино с субтитрами.

Название фильма является неотъемлемой частью фильма и тоже нуждается в адекватном переводе, который будет отражать основную идею фильма. Перевод может быть лексическим или pragmaticheskim.

Лексический перевод — это, другими словами, дословный перевод. В качестве примера можно привести: “The Age of Adaline” (2015) – “Век Адалин”, “How I Met Your Mother” (2005 – 2015) – “Как я встретил вашу маму”, “Personal Shopper” (2016) – “Персональный покупатель” и так далее. Также стоит упомянуть интересное название фильма, снятого по книге Стивена Кинга “Pet Sematary” 1989 года. Дело в том, что в оригинале названия намеренно допущены грамматические ошибки, согласно сюжету книги. Русский вариант получился как: “Кладбище домашних животных”, но также имеется и другой грамматически правильный вариант названия “Кладбище домашних животных”. Подобный метод дословного перевода не всегда подходит, иногда переводчикам приходится менять оригинальное название так, чтобы при переводе оно отражало суть фильма.

Для этого существует **прагматический перевод**. Часто бывает так, что в качестве названия используется имя главного героя кинофильма, пример тому: фильм 2009 года с участием известного актера Джонни Деппа под названием “Public Enemies”, в русской адаптации звучит как “Джонни Д.”. К тому же это является и маркетинговым ходом.

Можно привести пример: “Detachment” (2011) – “Учитель на замену”, “Sweet Home Alabama” (2002) – “Стальная штучка”, американская франшиза “The Fast And The Furious” – “Форсаж”, “Intouchables” (2011) – “1+1” и т.д.

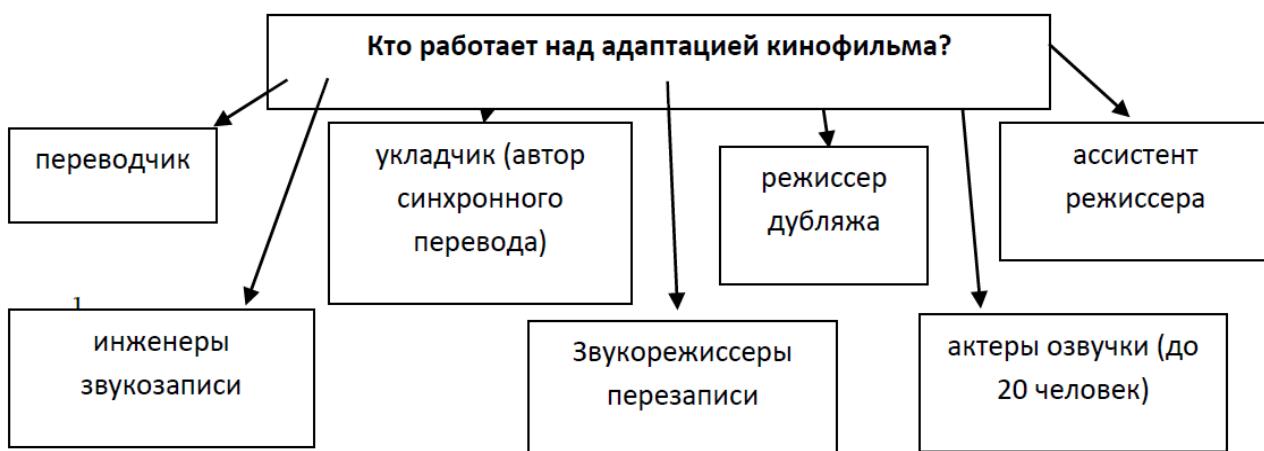
Как происходит перевод англоязычных фильмов на русский язык.

Все начинается с названия. Перевод названия обычно является работой маркетологов, так как необходимо привлечение как можно большего количества зрителей. Время, отведенное на перевод,

бывает различным. Многое зависит от того, какой бюджет фильма. Крупные компании присылают материал для перевода задолго до премьеры, так как приходится вносить множественное количество поправок и устранять недочеты.

Самые известные кинокомпании, производящие англоязычные фильмы: «Warner Brothers», «20-th Century Fox», «Universal Studios», «Paramount Pictures», «Columbia Pictures» и многие другие.

При адаптации киноновинок киностудии всеми способами стараются избежать утечки медиафайлов в интернет до официальной премьеры в кинотеатрах. Поэтому отправляя переводчикам материалы для работы, они не отправляют весь фильм целиком. Фильм делится на определенные небольшие отрезки, защищенные от копирования, примерно по 15-20 минут. Обычно медиафайлы отправляются в очень низком разрешении либо в монохромном варианте, это не препятствует работе переводчиков, но и в то же время защищает от нежелательного распространения в сети. Водяные знаки также помогают создателям защитить свой труд.



Основная работа начинается с таймингов. Тайминг – это разметка фраз по времени, где имеется точное прописанное время начала и конца каждой реплики. Это очень важная составляющая, без тайминга актеры дубляжа не смогут работать. Тайминг также нужен для выполнения субтитрирования фильма. Многие высокобюджетные киностудии присылают уже готовые диалоговые листы для перевода. Это значительно упрощает работу, но если их нет, то локализаторы делают их сами.

Английский и русский языки имеют свои лингвистические особенности, и, как следствие, различия. Английские слова зачастую, бывают в разы короче русских, также речь англичан или американцев быстрее чем у русских. Таким образом, группе переводчиков приходится делать текст и речь лаконичнее и быстрее. Переводчики предоставляют актерам озвучки грамотно оформленные диалоговые листы на русском языке, где все подробно прописано, учитывая примечания об интонации, запинках, и прочих звуках.

Кинопереводчики активно сотрудничают с редакторами, которые вносят свои корректиды в готовый перевод. Это может быть различные уточнения, правки, альтернативные варианты перевода и прочее. Затем материал передается заказчику, только после его одобрения, актеры озвучки и специалисты по звукомонтажу могут приступить к работе.

При дублированном переводе приходится прибегать к замене даже русских слов на всевозможные синонимы, так как здесь имеется еще одна проблема – это совпадение артикуляции героя с речью актера озвучки. Для понимания данного явления приведу простой пример: допустим, герой англоязычного фильма в оригинале произносит простую фразу “Hi”, но русский эквивалент данного приветствия звучит как “Привет”, что не требует широкого открывания рта. Тогда это слово заменяется на синоним “Здравствуй”, и тогда все смотрится вполне гармонично. Именно за устранение подобных неполадок отвечает укладчик или же автор синхронного перевода.

При создании качественного перевода актеры озвучки работают в студии, и записываются строго по одному, даже если это диалог в одной сцене. Это нужно для избегания шумов и достижения четкости звука. За эту часть отвечает режиссер дубляжа, но бывает и исключение. Например, для озвучки массовки записываются несколько человек одновременно.

После того как все диалоги записаны и отредактированы, их сводят с оригинальной музыкой и звуковыми эффектами, которыми занимается звукорежиссер перезаписи.

Одна из главных особенностей киноперевода с английского языка – это адаптация шуток и отсылок. Известные кинокомпании дополняют отправляемые переводчикам диалоговые листы подробным описанием той или иной шутки, отсылки. Задача локализаторов – сделать это понятным и доходчивым для русскоязычного зрителя.

В английском языке большой популярностью пользуются каламбуры, так называемый юмор, построенный на игре слов. Иногда при переводе шуток приходится изменять содержание, чтобы сохранить игру слов, либо в точности, наоборот, не вносить изменений в содержание, но утерять каламбур.

В качестве примера рассмотрим сцену из известного фильма Marvel Entertainment “Doctor Strange” “Доктор Стрэндж” 2016 года. В сцене два главных действующих лица: доктор Стрэндж и Кецилий.

Исходный текст:

Kaecilius: Mister...

Dr. Strange: Doctor.

Kaecilius: Mister Doctor?

Dr. Strange: It's Strange.

Kaecilius: Maybe. Who am I to judge?

Шутка заключается в том, что фамилия главного героя переводится как “странный”. Если переводить дословно, то перевод будет звучать следующим образом:

- *Мистер...*

- *Доктор.*

- *Мистер Доктор?*

- *Это странно.*

- *Возможно. Но кто я такой, чтобы судить?*

Здесь отчетливо видно, что смысл шутки пропал и для зрителя это будет непонятно, так как имена собственные иностранного происхождения не переводятся на русский язык. В официальной русской адаптации фильма это звучит совершенно иначе:

Кецилий: Мистер...

Доктор Стрэндж: Доктор.

Кецилий: Мистер Доктор?

Доктор Стрэндж: Мистер лишился.

Кецилий: Один то уж точно.

Это наглядный пример того, как локализаторы фильма постарались сделать шутку смешной как для англоязычного зрителя, так и для русскоязычного.

Еще одна особенность русского дубляжа состоит в том, что в отличии от английской озвучки в русской адаптации запрещено употребление маты и прочей нецензурной лексики в кинотеатрах. Закон был принят Российской Федерацией в 2014 году. Поэтому переводчики на русский язык стараются заменить нецензурные ругательства на грубые, но более приличные или же литературные выражения.

Еще один важный аспект киноперевода – адаптация кинофильма к изменениям, связанным с национальной культурой определенной страны. Для этого необходимо обладать знаниями в области культурологии, знать диалекты. Например, в фильме “Первый мститель: Другая война” по сюжету главный герой, пропустивший последние 70 лет, составляет список дел, которые он не успел сделать. На кадре крупным планом появляется список дел. Авторы фильма сделали 10 вариантов данного списка. Некоторые пункты списка во всех вариантах одинаковые: тайская еда, “Звездный путь”, “Звездные войны”, “Нирвана” и т. д., но для русской адаптации были добавлены «Гагарин», «Высоцкий» и «Москва слезам не верит».

На сегодняшний день можно выделить следующие независимые профессиональные студии перевода и озвучивания на русский язык: “Гоблин”, “LostFilm”, “Кураж-Бамбей”, “Амедиа”, “Кубик в Кубе” и т. д.

Подводя итог всего вышеизложенного, киноперевод англоязычных фильмов на русский язык обладает определенными особенностями и требует специальных навыков:

1. Переводчик кино должен уметь работать не только с вербальными средствами, но и с невербальными (жесты, мимика, артикуляция). В зависимости от страны некоторые жесты могут носить разное значение.

2. Киноперевод ограничен временными рамками – переводчику необходимо подобрать нужный эквивалент реплики, чтобы уложиться во временной отрезок. Совпадение артикуляции в дубляже – очень важный аспект. Перевод диалогов в кино должен быть четким и лаконичным, чтобы донести до зрителя максимум информации.

3. При переводе шуток, отсылок и каламбура переводчик должен учитывать особенности национального юмора, применять подходящие адекватные эквиваленты для сохранения комичности сцены и понимания русскоязычным зрителем английской шутки. Здесь недостаточно владеть лишь одним языком, необходимо знать в совершенстве иностранный и родной язык. В данном случае английский и русский языки.

4. Перевод художественных фильмов требует огромных знаний при работе с монтажными и диалоговыми листами, видео- и аудиофайлами, субтитрами и многим другим.

5. Над переводом и адаптацией кинофильма трудится целая команда специалистов, и на качество переведенной версии фильма влияет не только труд переводчика, но и огромную роль играют маркетологи, актеры озвучки, звукорежиссеры, редакторы и многие другие.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов, Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода [Текст] / Л. С. Бархударов. – М. : Междунар. отношения, 1975. – 240 с.
2. Бреус Е.В. Теория и практика перевода с английского на русский
3. Горшкова, В.Е. “Перевод в кино Текст”. С – 15
4. Слышикин Г.Г., Ефремова М. А. “Кинотекст”
5. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. — М., Высшая школа, 2004.
6. Открытая лекция. Киноперевод. Лектор: Сергей Анатольевич Кузьмичев. Режим доступа URL: http://www.youtube.com/watch?v=xp-lA9A1Phg&feature=player_embedded (дата обращения 15.01.2021)
7. The Power of Film Translation by Agnieszka Szarkowska. Режим доступа URL: <https://www.translationjournal.net/journal/32film.htm> (дата обращения 16.01.2021).

УДК 81'255.2

Kainazarova A.,
4th year student of KAUIR&WL
Major “5B020700-Simultaneous interpreter”
E-mail: kainazaruai@gmail.com
Academic advisor: MP, Senior Lecturer Amrayeva R.Sh.,
Almaty, Kazakhstan

FEATURES OF STYLISTIC DEVICES OF TRANSLATING SOCIO-POLITICAL TEXTS FROM ENGLISH TO RUSSIAN

The article examines the peculiarities of stylistic devices in the context of the translation of socio-political texts from English to Russian. The research is aimed at identifying the most effective ways of translation from the stylistics point of view. The article deals with the main features and difficulties of translating socio-political texts. In order to translate correctly, it is important for translators to understand the stylistic features of such texts. The study of the peculiarities of stylistic devices based on the translation of socio-political texts will help translators in achieving the best translation option.

Keywords: translation, socio-political translation, socio-political texts, stylistic devices.

Кайназарова А.,
Студентка 4 курса КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «5B020700 - Переводчик-синхронист»
E-mail: kainazaruai@gmail.com
Научный руководитель: м.п.н.,
старший преподаватель Амраева Р.Ш.,
Алматы, Казахстан

ОСОБЕННОСТИ СТИЛИСТИЧЕСКИХ ПРИЕМОВ ПЕРЕВОДА ОБЩЕСТВЕННО- ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ

В статье исследуются особенности стилистических приемов в контексте перевода общественно-политических текстов с английского на русский. Исследование направлено на выявление наиболее эффективных

способов перевода с точки зрения стилистики. В статье рассматриваются основные особенности и трудности перевода общественно-политических текстов. Для того, чтобы правильно осуществить перевод, переводчикам важно понимать стилистические особенности таких текстов. Исследование особенностей стилистических приемов на основе перевода общественно-политических текстов поможет переводчикам в достижении наилучшего варианта перевода.

Ключевые слова: перевод, общественно-политический перевод, общественно-политические тексты, стилистические приемы.

В настоящее время перевод общественно-политической тематики является одним из самых востребованных видов перевода. В первую очередь это обусловлено глобализацией, в следствие которой сфера общественно-политической деятельности, как и многие другие сферы стремительно развивается. Международное сотрудничество выходит на новый уровень, во всем мире происходят активные общественные преобразования, а важность политических событий растет. Благодаря возрастающей интенсивности международных контактов и объему издаваемых ежегодно общественно-политических текстов все чаще и чаще поднимается вопрос о переводе текстов данной тематики, а также его специфике. Данный перевод включает такие материалы как выступления государственных, партийных и общественных деятелей; публикации международных, правительственные и общественные организаций. Переводческая деятельность осуществляется переводчиками в различных условиях, а переводимые тексты по своей тематике, языку, жанровой принадлежности весьма разнообразны. Отдельные виды перевода в данной сфере требуют от переводчика особых умений. Переводчик должен обладать хорошей базой как общих, так и фоновых знаний и постоянно пополнять их. Помимо этого, для достижения качественного перевода очень важно понимать структуру и стилистические особенности таких текстов, и определять какие стилистические приемы лучше использовать в том или ином контексте. Именно поэтому исследование особенностей стилистических приемов перевода общественно-политических текстов является важной составляющей изучения способов достижения наилучшего варианта перевода.

Общественно-политические тексты разнообразны в стилистическом и жанровом отношении. Их можно классифицировать по трем основным группам:

1) документальные и деловые тексты (конституции и законодательные акты). Для них характерно большое количество клише, специальной терминологии и реалий;

2) информационно-описательные тексты (информационные заметки, справочные тексты, исторические описания и обзоры). Информационные и описательные тексты связаны с сообщениями о текущих событиях. Они содержат много терминов, исторических реалий, имен собственных;

3) публицистические тексты (речи, статьи). Журналистика характеризуется разнообразием эмоционально окрашенных элементов, образных выражений, синтаксических фигур, цитат и т. д. [2]. Итак, Общественно-политические тексты - это главным образом публикации в газетах, журналах и в интернете, посвященные политике и экономике. Их главная функция - сообщение. Как правило, для данного типа текста характерно использование значительного числа привычных клише, стереотипных фраз, газетных штампов, политических терминов и понятий, социальных реалий [8, с. 2]. Основываясь на работе Гейбатовой Н.А. можно сделать вывод, что главное в переводе общественно-политических текстов – это умение выявить, понять и передать адекватный смысл, а также выразительные особенности текста и при этом постараться сохранить четкое обращение к слушателю или читателю. Верность оригиналу заключается прежде всего в достижении задуманного автором эффекта, в сохранении заложенного в тексте послания. Именно стилистическое соответствие станет для переводчика окончательным критерием, который поможет ему в подборе необходимой лексики, грамматических форм и конструкций предложений. Профессиональный переводчик использует приемы передачи некоторых стилистических приемов, используемых в оригинале, чтобы придать тексту большую яркость и выразительность [3]. Во все времена переводчики сталкивались с дилеммой: либо попытаться скопировать технику оригинала, либо, если первое невозможно, создать в переводе собственные стилистические средства, обладающие сходным эмоционально-художественным эффектом. Этот принцип часто называют принципом стилистической компенсации. Об этом принципе К. И. Чуковский говорил: «...не метафора должна передаваться метафорой, сравнение сравнением, а улыбка улыбкой, слеза слезой». Но начинающим «мастерам слова» нужно помнить, что важна не столько форма, сколько функция стилистического приема в тексте. Это означает определенную свободу действий: грамматические средства выражения могут передаваться лексическими средствами и наоборот. Опуская стилистическое явление, не переводимое на русский язык, переводчик вернет «долг» тексту, создав другой образ в другом месте текста-там, где это

наиболее удобно, но с аналогичной стилистической направленностью [4].

Самым трудным в процессе перевода общественно-политического текста является поиск и отбор лексических средств для передачи исходного материала на ПЯ. Это объясняется тем, что именно на данном этапе переводчик должен не только использовать весь свой информационный запас и фоновые знания, но также помнить о роли эмоционально окрашенных элементов, pragматических задач перевода и т.д. При общественно-политическом переводе нередко приходится прибегать к использованию различных выразительных средств русского языка, например, при передаче фразеологизмов, эмоционально окрашенной лексики, библеизмов и мифологических образов. Находя соответствующие стилистические решения, переводчик тем самым стремится к достижению определенного коммуникативного эффекта [6].

К другим сложностям перевода общественно-политических текстов можно отнести то, что языковые особенности аналогичных стилей в ИЯ и ПЯ нередко не совпадают. Как отмечал В.Н. Комиссаров в «Общей теории перевода» принадлежность текстов оригинала и перевода к определенному функциональному стилю предъявляет особые требования к переводчику и оказывает влияние на ход и результат переводческого процесса. Специфика определенного вида перевода зависит не только от языковых особенностей, которые обнаруживаются в соответствующем стиле каждого из языков, участвующих в переводе, но, главным образом, тем, как соотносятся эти особенности между собой, насколько совпадают стилистические характеристики данного типа материалов в обоих языках. Если какие-то особенности обнаруживаются только в одном из языков, то при переводе происходит своеобразная стилистическая адаптация: специфические средства изложения в оригинале заменяются языковыми средствами, отвечающими требованиям данного стиля в ПЯ. [4] В целом, для овладения мастерством перевода общественно-политического текста необходимы знания общих принципов переводческой деятельности, её лингвистических и экстралингвистических аспектов, а также жанрово стилистических особенностей переводимых материалов.

Сложности при переводе общественно-политических текстов могут возникать еще и из-за проблемы отсутствия эквивалента на ПЯ. Так как английский язык более распространенный, он содержит большое количество лексических единиц, не имеющих соответствия в словарной структуре других языков. Русский язык не исключение. Тот факт, что в сфере общественно-политической лексики эквивалентные соответствия встречаются редко обусловлен следующими факторами:

- политические системы часто сильно различаются в разных странах, некоторые явления общественной жизни, которые наблюдаются в одной стране, отсутствуют в другой;
- в странах с более развитой и сложной политической системой словарный состав соответствующих слов различается по объему и количеству заимствований.
- большинство слов в языках многозначны, слова соответствуют друг другу в общем значении, имеют разное количество второстепенных значений.

Существует также национальное своеобразие лексико-семантической системы, по мнению Н. П. Соболевой, которое проявляется в том, что слова, имеющие одинаковое значение, занимают неодинаковое положение в разных языках. Они выполняют неодинаковые функции и поэтому не являются абсолютно однозначными [5, с. 3].

Во всех языках существуют похожие стилистические приёмы, однако различаться могут функции, которые они выполняют. Следовательно, стилистические преобразования при переводе не менее важны, чем лексические и грамматические. При переводе стилистических приёмов с английского на русский язык следует учитывать, что не для каждого из них можно подобрать полное или частичное соответствие [6, с. 21]. Применение приёмов стилистической адаптации лучше всего рассмотреть на конкретных примерах:

1) замена глагольных форм в английских заголовках именными формами при переводе на русский язык:

Flood Hits Scotland – ‘Наводнение в Шотландии’;

Want No Hysteria in Toronto Schools – ‘Протесты против насаждения военной истерии в школах Торонто’.

2) замена разговорных элементов жаргонного и фамильярного характера более нейтральными:

Hip and Square Films – ‘ультрамодернистские и традиционные фильмы’.

3) нестрогое требование соблюдения лаконичности в русских газетных материалах:

According to W.H.O. statistics, heart diseases were the No.1 killer. – ‘Согласно данным Всемирной

организации здравоохранения, первое место среди всех причин смертности занимали сердечные заболевания’

При отсутствии близких фразеологических соответствий, перевод должен осуществляться с помощью других средств – с соблюдением всех параметров эквивалентности. Это же правило применимо к переводу английских идиом и экспрессивных элементов текста. При передаче на русский язык английских идиом и прочих экспрессивных элементов идеальным вариантом будет перевод аналогичными сочетаниями (по структуре/лексическому составу и коммуникативной функции). Но нужно учитывать, что русская идиома должна соответствовать английской также по стилистическим параметрам:

to put the cart before the horse – ‘ставить телегу впереди лошади’;

to give publicity/to make public – ‘предавать гласности’.

Одним из самых распространённых стилистических приёмов в английских статьях является повторение. В английском языке он употребляется намного чаще, чем в русском, особенно в газетной публицистике. Сохранить повторение при переводе не всегда представляется возможным, так как это может привести к нарушению норм русского языка. Чаще всего возникает необходимость применения опущений и замен. Иногда опущение частично компенсируется с помощью синонимической пары.

A policy of see no stagnation, hear no stagnation, speak no stagnation has had too long a run for our money.

‘Слишком долго мы расплачиваемся за политику полного игнорирования и замалчивания застоя в нашей экономике’.

Среди стилистических приёмов, широко распространённых в английской прессе, также можно выделить синонимические пары:

just and equitable treatment of all nations – ‘справедливое отношение ко всем нациям’.

В общественно-политических текстах очень широко употребляются метафоры. Также можно отметить рост популярности метонимии в публицистике. Как уже упоминалось, при передаче выразительных средств на русский язык часто возникает необходимость применения нейтрального перевода, что применительно и к переводу метафоры и метонимии.

Особую сложность представляет перевод метонимии, так как употребление данного стилистического приёма в русском и английском языке существенно различается:

“It [the flood] has hurled us a great deal”, the Pakistan Prime Minister told correspondents last week as he toured the destruction in the flooded provinces”.

«Наводнение нанесло нам огромный ущерб», – сказал корреспондентам премьер-министр Пакистана, на прошлой неделе во время поездки по пострадавшим от наводнения районам’.

Что касается перевода сравнения, сложности здесь могут возникнуть лишь при различии семантических структур английского и русского слова:

Instant history, like instant coffee, can sometimes be remarkably palatable.

‘Современная история, как растворимый кофе, иногда может быть необыкновенно приятна’ [6, с. 22].

Стилистическая эквивалентность является важным фактором осуществления качественного и адекватного перевода. Всегда есть опасность того, что эмоциональный эффект оригинального текста будет недостаточно точно передан. Применение приёмов стилистической адаптации помогает избежать ошибок при переводе [6]. Формы стилистической адаптации текстов, относящихся к определенному функциональному стилю, изучены и описаны в специальных учебниках по теории и практике перевода. Такие формы адаптации помогают учитывать стилистические особенности, которые одновременно представлены в обоих языках. В переводе нужно найти правильные стилистические вариации исходного значения, а не только само значение. При переводе общественно-политических текстов с английского на русский язык переводчику необходимо учитывать широкий контекст этого жанра, избегать буквализма, сравнивать конкретные способы словообразования на обоих языках, чтобы отследить все значения и выбрать наиболее подходящие. При установлении словесных соответствий в переводе необходимо учитывать и контекст, в котором употреблены слова, поэтому стоит обращать внимание на индивидуальные особенности стилей обоих языков. Только при успешном выполнении этого условия обеспечение правильной передачи смысла оригинала и предотвращение различных смысловых и стилистических ошибок становится возможным. Исследование теоретических и практических вопросов, касающихся особенностей стилистических приемов перевода общественно-политических текстов с английского на русский язык - это сравнительно новая область теории

перевода. Дальнейшее изучение данной темы может привести к разработке новых когнитивный подход к изучению и обучению семантической природе языков. Материал подтверждает, что английский и русский языки различаются вариативностью изображений, выражающих проанализированную концепцию. Таким образом, сравнивая полученные концепции поведения и описания действий, можно сделать вывод об их сходстве и различии. Перевод общественно-политических текстов, играет очень важную и незаменимую роль в исследованиях, направленных на развитие переводческих навыков по достижению наилучшего варианта перевода.

ЛИТЕРАТУРА

1. V. Gutman, E., & R. Nurmieva, R. (2019). STYLISTIC ASPECT OF TRANSLATION OF SOCIAL AND POLITICAL VOCABULARY (ON THE MATERIAL OF ENGLISH AND TATAR LANGUAGES). *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(6), 65-70. — URL: <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7614>
2. Гейбатова, Н. А. Особенности перевода общественно-политического лексикона / Н. А. Гейбатова. — Текст : непосредственный // Филологические науки в России и за рубежом : материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2016 г.). — Санкт-Петербург : Свое издательство, 2016. — С. 76-79. — URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/233/11373/> (дата обращения: 26.01.2021).
3. Некоторые особенности стилистических приемов перевода [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: <https://study-english.info/article046.php>
4. Classes.ru / Комиссаров В.Н. «Теория перевода (лингвистические аспекты)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: https://classes.ru/grammar/43.Teoriya_perevoda_Lingvisticheskiye_aspeky/extfile/help2/html/unnamed_5.html
5. LEXICAL PECULIARITIES OF TRANSLATION OF SOCIAL AND POLITICAL TEXTS (ON THE MATERIAL OF ENGLISH AND TATAR LANGUAGES) [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: http://www.ocerint.org/intcess18_e-publication/papers/262.pdf
6. Общественно-политический перевод как особый вид практической деятельности переводчика [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <https://fsc.bsu.by/wp-content/uploads/2015/12/Zankovets-O.V.-Lektsii-po-OPP-maksimalno-sokrashhennyj.pdf>
7. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ С РУССКОГО НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <https://mgimo.ru/upload/iblock/3a0/osobennosti-perevoda-obshchestvenno-politicheskikh-tekstov-s-russkogo-na-anglijskij-yazyk.pdf>

УДК 81> 25

Kairat Fatima Aibynkyzy

Under graduate of Orientalism Abllaikhan

KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan

e-mail: kairatfatima@mail.ru

ANALYSIS OF TRANSLATION RISKS AND INCONSISTENCIES IN THE TRANSLATION OF NEOLOGISMS IN FOREIGN JOURNALS FROM ENGLISH TO KAZAKH LANGUAGES

Ways of overcoming errors in the translation of international and complex international vocabulary are considered, among which special attention is paid to such linguistic phenomena as "false friends of the translator". To achieve the adequacy of translation, the possibilities of interlanguage transformation of the text are established, as well as the degree of proximity of individual elements and entire systems of the studied foreign and native languages as a basis for preparing educational material for teaching a foreign language.

Keywords: internationalism, false internationalism, sufficiency, equivalence, context, interlingualism, transformation, correlation, error.

Қайрат Фатима Айбынқызы

бакалавриат КазУМОиМЯ имени Абылай хана

Мамандық «5B020725-Аударма ісі»

Алматы, Казахстан

e-mail: kairatfatima@mail.ru

ШЕТЕЛДІК ЖУРНАЛДАРДА НЕОЛОГИЗМДЕРДІ АҒЫЛШЫН ТІЛІНЕҢ ҚАЗАҚ ТІЛІНЕ АУДАРУ КЕЗІНДЕ АУДАРМАШЫЛЫУ НЕОЛОГИЗМДЕР МЕН СӘЙКЕССІЗДІКТЕРДІ ТАЛДАУ

Пән Халықаралық және жалған халықаралық лексиканың аударма қателіктерін жену жолдары қарастырылады, олардың арасында «аудармашиның жалған достары» сиякты тілдік құбылыстарға ерекше назар аударылады.

Аударманың барабарлығына қол жеткізу үшін мәтінді тіларалық түрлендірудің мүмкіндіктері, сондай-ақ шет тілін оқыту үшін оқу материалдарын дайындау кезінде негіз ретінде зерттелетін Шет және ана тілдеріндегі жекелеген элементтер мен тұтас жүйелердің жақындық дәрежесі белгіленеді.

Максат Неологизмдерді ағылшын тілінен казак тіліне аудару кезіндегі сәйкесіздіктер мен аударма тәуекелдерін, тілді талдау мәселелерін кешенді түрде авторлық зерттеу жасау.

Методология Неологизмдерді ағылшын тілінен казак тіліне аудару кезіндегі сәйкесіздіктер мен аударма тәуекелдерін, тілді талдау мәселелерін кешенді авторлық зерттеу.

Нәтижесі Аударма қателерінің табиғатын ажырату өте қыын, өйткені қателерді анықтаудың ең көп тараған әдісі аударма мәтінін түпнұсқа мәтінімен салыстыру болып табылады. Бірақ бұл салыстыру әрдайым сәйкесіздіктің себебін көрсете алмайды-аудармашы түпнұсқа мәтіндегі белгінің мағынасын дұрыс түсінбекендікten немесе аударма тілінде тұжырымдамаға сәйкес келмейтін белгінің таңдағаннан. Басқаша айтқанда, ауызша карым-қатынас актісінде аудармашы бастапқы хабарламаны алушы ретінде қателіктер жібере алады, яғни. тыңдаушы, түпнұсқа мәтінді оқырман және аударылған хабарламаны жіберуші ретінде.

Қорытынды Аударма кезінде қателіктерден аулак болу мүмкін емес екенін атап өткім келеді, бірақ оларды азайту қолдан келеді. Бұл тек аудармашының талантты мен жоғары шеберлігін ғана емес, сонымен катар аударманың бүкіл мәтініне енетін маңызды бөліктерін таба білуді қажет етеді. Егер бұл бөліктер аударма мәтініне қысынды, анық және үйлесімді болса, онда сіз жетістікке жеткенініз сөзсіз.

Кілт сөздер: интернационализм, жалған интернационализм, жеткіліктілік, эквиваленттілік, контекст, интерингвистикалық, трансформация, корреляция, қате.

Неологизм (грек тілінен *neos* — «жаңа», *logos* — «сөз») — бұл жаңа тақырыпты немесе жаңа ұғымды білдіру үшін жасалған сөз немесе сөз айналымы [3, б.345]. Неологизмдерді зерттеу неологиямен айналысады. Неология ғылым ретінде сөзжасамдық және лексикалық болып бөлінеді. Сөзжасамдық неология - қолданыстағы модельдерге сәйкес жаңа сөздерді шыгару. Қолданылған формальды құралдарға байланысты сөзжасам конверсия, қосу, қысқарту және сөзжасамдық болып бөлінетінін ескере отырып, неология процесі оның әр түрлі түрлерін қолданатын сөзжасамдық процесс деп айтуга болады, сондықтан неологияны сөзжасамдық деп санауга болады [4 б.121]. Сөз құрудың бес әдісі бар: – Конверсия (сөздің құрылымын өзгерпестен сөздің бір бөлігінен екінші бөлігіне ауысу); – Аффиксация (бұл жүрнектар мен префикстер арқылы жаңа сөздердің (және мағыналардың) қалыптасуы); – қысу (сөз тіркесінің компоненттерін азайту); – негіз; - абревиатура [1, 99-бет]. Лексикалық неология өз кезегінде денотативті (басқаша деноминативті, танымдық) және стилистикалық болып бөлінеді. Біріншісі жаңа ұғымдарды белгілеуге қызмет етеді, қебінесе бұл ғылыми және техникалық терминдер. Екіншісі тілде поэтикалық функцияны орындаиды: ол назар аударады, қосымша түске ие, сондықтан оны Жазушылар белсенді қолданады [4, 122 б.]. Тіл оның лексикалық компонентінің кеңеюімен өзгерістерге жауап береді. Ең дамып келе жатқан салалардың бірі-өнер және мәдениет саласы. Тұрақты ашылулар ұғымдардың кеңеюіне және жаңа анықтамалардың қажеттілігіне әкеледі, бұл неологизмдердің қалыптасуына әкеледі. Қазіргі уақытта қазіргі заманғы өнер әлеміне қатысты көптеген жаңа терминдер пайда болуда. Біз әрдайым арт-неологизмдердің орыс тіліндегі баламаларын таба алмаймыз, сондықтан олар біздің вокабулярга келіп, құрылымында фонетикалық және графикалық жағынан өзгеріссіз қалады. Негізгі қындық ауыстыру кезінде неологизмов бұл уяснение маңызы бар жаңа сөздер. Шын мәнінде, мағынасы аудармашыға белгілі неологизмнің аудармасы салыстырмалы түрде қарапайым және бұл неологизмнің қандай сөз түріне жататындығына байланысты төменде келтірілген әдістердің қолдану арқылы шешіледі. Алайда, объективті себептерге байланысты сөздіктер өздерінің сөздіктерінде барлық жаңа пайда болған сөздерді толығымен көрсете алмайды, егер лексикографтар сөздіктерге «кездейсоқ» неологизмдерді енгізуден сак болса, яғни.осы жағдайда жеке авторлар енгізген жеке ісіктер. Мұндай сөздер қебінесе өмірлік емес болып шығады және олар пайда болған кезде тез жоғалады. «Неология» терминінің анықтамасына сүйене отырып, неологиямді алғаш кездестірген аудармашы, әрине, ол белгілеген ұғым туралы түсінікке ие емес деп болжуға болады. Сондықтан неологиямнің мағынасын қебінесе контекстен анықтау керек. Аударма кезінде контекст әдетте өте мазмұнды болады. Сөзді аудару процесінде әдетте екі кезең бөлінеді: 1) контекстегі сөздің мағынасын түсіну; 2) осы мағынаны ПЯ арқылы беру. Неология аударылған жағдайда, жоғарыда айттылғандай, бірінші кезең шешуші рөл атқарады, ал соңғысы тек таза техникалық мәселе болып табылады, дегенмен оны Рі үшін ең қолайлы әдістермен шешу маңызды. Контексттің жалпы тұжырымдамасында тар контекст (микро контекст) және кең контекст (макро контекст) ерекшеленеді. Лексикалық контекст-бұл белгілі бір лексикалық бірліктердің, сөздер мен тұрақты сөз тіркестерінің жиынтығы, олардың айналасында осы бірлік кездеседі. Синтаксистік контекстті есепке алу аудармашыға неологиямнің сөйлеудің бір бөлігіне жататындығын анықтауға мүмкіндік береді, бірақ неологиямнің

мағынасын түсінү кезінде лексикалық контекстті есепке алу шешуші болып табылады. Жаңа сөздер, әдетте, тілдегі сөздер мен морфемалардың негізінде пайда болады. Бұл сөздер мен морфемаларды талдау аудармашыға неологизмнің мағынасын түсінуге үлкен көмек бола алады. Бұл үшін жақсы білу тәсілдері сөзжасам ағылшын тілінде сияқты: ол қазірдің өзінде қолданыстағы сөзге тағы да бір маңызы бар. Мысалы, ағылшын тіліндегі call сөзі «қонырау шалу», «шакыру, шакыру; шакыру», «қонырау шалу», «телефон қонырауы» және т. б. Луи Гилберге тиесілі тағы бір жіктеу бар. Оның көзқарасына сәйкес неологизмдерді бөлуге болады: –қарыз алу –бұл ағылшын тіліне басқа тілдерден енген сөздер.- фонологиялық неологизмдер, аты бойынша, жеке дыбыстардан жасалады. Кейде оларды» ойлап табылған « деп атайды, олар дыбыстарды, шуды білдіреді, араласудан пайда болуы мүмкін. - морфологиялық неологизмдер белгілі бір тілге тән сөзжасам жолдарының бірінде қалыптасады, яғни аффиксия, верификация, конверсия және т.б. (сіт. по Ивлева, 1986: 79). Бұл жіктеудің артықшылығы-неологизмдерді олардың қалыптасу әдісімен ежей-тегжейлі қарастырады, бірақ семантикалық сөзжасам негізінде жаңа сөздердің пайда болуын ескермейді (метафоралық аударма және т.б.). Келесі жіктеу неологизмдерді этимология тұрғысынан қарастырады. Мұнда жаңа сөздер бастапқы және қарызға алынған болып бөлінеді. Т. В. Максимова қазіргі ағылшын тілінде алғашқы неологизмдер қарызға қараганда көп екенін айтады. Эрине, бұл жіктеу жаңа лексикалық бірліктердің этимологиясын анықтауда маңызды рөл атқарады. Бұл жіктеудің кемшілігі-автор неологизмдердің пайда болуын қарастыра отырып, олардың қалыптасу тәсілдерін зерттемейді, бұл өз кезегінде жаңа лексиканы толығырақ зерттеуге мүмкіндік береді (Максимова, 2000). Аударма ұзак тарихы бар және адам қызметінің ежелгі түрі болып табылады. Әр түрлі тілдерде сөйлейтін адамдардың біріккен топтары пайда бола бастағанда, аудармашыларға қажеттілік пайда болды, ал аударма тіларалық кедергіні жеңе отырып, маңызды әлеуметтік функцияны атқарды. Содан бері аударма баяу дамыды және 50-ші жылдарға дейін елеулі ғылыми зерттеулерге ұшырамады. XX ғ. дәл осы кезеңде аударма қызметіне деген көзқарас түбектегілі өзгеріп, оны ежей-тегжейлі зерттеу басталады.

Қазіргі кезеңде аударма әлемнің барлық елдерінде маңызды орындардың бірін алады. Әдебиеттер мен құжаттамалардың аудармасы ақпараттық қызмет көрсетудің көмекші түрінен өзіндік құрылымы, ерекшеліктері мен ерекше проблемалары бар ақпараттық қызметтердің тәуелсіз саласына айналды [5, 27-бет].

Даму барысында лингвистика тілде жаңа ұғымдарды номинациялау процесі қалай жүреді, адам бұл үшін қандай әдістерді колданады деген сұраққа тап болды. Лингвистикадағы ғылыми-техникалық прогрессен бірге тілдің номинативті функциясының қарқынды дамуы болды.

Номинация сөзжасам жүйесімен тығыз байланысты. Ономасиология тұрғысынан сөзжасамдық процестерді сипаттауға неміс лингвисті М.Докул ерекше үлес қосты, ол сөзжасамдық зерттеулерді одан әрі дамытуға негіз болды. Оның мұрагерлері Е.А. Земская, Е. С. Кубрякова, и. с. Улуханов, J. Ohnheiser және басқалар болды. Ономасиологиялық теория күнделікті өмірде болып жатқан құбылыстардың олар үшін атауларды таңдаумен және құрумен қалай байланысты екенін түсінуден тұрады. Е.С. Кубрякова сөзжасам ономасиологиялық мәселенің шешімі болып табылатын жаңа лексикалық бірліктерді құруға бағытталған деп мәлімдейді (Кубрякова, 1978: 35). Лингвистер жаңа сөздерді анықтау мәселесімен тығыз айналысқанына қарамастан, неологизмдердің мәні туралы әлі де бірыңғай түсінік жоқ. Бұл термин алғаш рет 1735 жылы Францияда пайда болды, содан кейін ол басқа тілдерге еніп, жалпы тіл біліміне қосылды. Алғашқы ғылыми мәліметтерді аудармашылар жинақтаған кезде жазбаша және ауызша аудармада көптеген қателіктер пайда болатындығы белгілі болды. Барлық осы қателіктер жіктеу мен түсінуді қажет етті. жіктеу мен түсінуді қажет етті. Аударма қателерінің класификациясын жасау олардың пайда болуының әртүрлі нұсқаларына байланысты оңай емес және аударманың өзін бағалау критерийлерінің субъективтілігі. Бірқатар ресейлік және кеңестік ғалымдар (Д.М. Бузаджи, В.Г. Гак, Н.К. Гарбовский, В.Н. Комиссаров, Л.К. Латышев, В.В. Скобников, А.Л. Семенов және т. б.) өз енбектерін осы мәселелеге арнады. Алғашқы зерттеушілердің бірі-аударма қателіктерін жіктеумен айналысқан түрлердің аудармасы Л.К. Латышев және А. Л. Семенов. Олар аудармадағы барлық қателер мен кемшіліктердің пайда болуын еki себеппен түсіндірді [1]:

- бастапқы мазмұнды трансляциялаудағы кемшіліктер (бұрмалау, дәлсіздік және түсініксіздік);
- аударма мәтінінің мазмұны мен формасын бейімдеудегі кемшіліктер (сөзбе-сөз және еркіндік).

Литерализм- сөздің, сөз тіркесінің немесе фразаның формальды немесе семантикалық компоненттерін мағынаға немесе құрылым туралы ақпаратқа зиян келтіруден тұратын аудармашының қателігі. Еркіндік - бастапқы мәтінінің ресми және семантикалық компоненттерін ескерусіз негізгі ақпаратты беру. Шын мәнінде, әр аудармашының жұмысы аудармадағы осы еki шектен ең тиімді тәсілін табу қажеттілігі болып табылады.

Аударма қателіктерінің ең танымал жіктелуі Л.К. Латышевтің шығармаларына негізделген, ол келесі қателіктер мен олардың пайда болу себептерін анықтайды [1].

Бастапқы мазмұнды трансляциялаудағы қателер-дезинформациялық әсер ету дәрежесі бойынша ерекшеленетін түпнұсқаның мазмұнынан функционалдық қозғалмайтын ауытқулар. Бұл қателер өте маңызды және көбінесе аудармашының ұқыпсыздығымен немесе қабілетсіздігімен байланысты, ол сөздікте немесе каталогта оған түсініксіз болып көрінетін ақпаратты көрсетпеді. Диалогты ағылшын тілінен қазақ тіліне аударуға жүгініп, осындай қателікке мысал келтірсек болады.

A: What was it like?

B: I don't know. I must have blacked it out.

A: Бұл қалай болды?

B: Білмеймін, менің басымда қара түнек болып тұр.

Сөздікте «black out» етістігі «жүу; қоюлау; мәтінді қара бояумен жабу» мағынасына ие. Бұл тұрғыда біз оның өткенде болған жағдайы жайлы білеміз, ол екінші сұхбаттасушиның жадында қара дақ болып көрінеді, сондыктан бұл жағдайда жауап репликасының ең жақсы аудармасы болар еді: білмеймін. Менің есімде ештенке жоқ.

Бұрмалау-аударма мазмұнның түпнұсқадан субъективті негізделген ауытқуы, соның нәтижесінде аударылған мәтіннің ықпал ету әлеуеті бастапқы мәтіннің ықпал ету әлеуетіне сәйкес келмейді (барабар емес түсініктер туғызады). Біз бұл ережені келесі мысалмен суреттей аламыз: *She was one of the most popular singers in 1990's.* – 1990 жылдары ол ең танымал әншілердің бірі болды. Аудармашы түпнұсқадағы (1990) – тоқсаныншы жылдар) жылды белгілеу кезінде көптікке назар аудармады, сондыктан аудармада әнші тек 1990 жылы белгілі болды. Дұрыс аударма: Тоқсаныншы жылдары ол ең танымал әншілердің бірі болды.

Дәлсіздіктер- ол дұрыс емес ақпараттың аз дәрежесімен сипатталатын түпнұсқа мазмұнның ауытқулары; түпнұсқаның мазмұнын толығымен бұрмаламайтын, бірақ нақтылауды қажет ететін ақпаратты негізсіз тәмендету немесе косу, мысалы: *You were an economist. Your job was to save money.* – Сен экономист болдың. Сенің жұмысың ақшаны сактау еді. Сөздікте «save» етістігі «сақтау, Сактау, сактау, Сақтау» мағыналарына ие. Бұл мысалда біз экономист сияқты мамандық туралы айтып отырымз, сондыктан бұл жағдайда аударған дұрыс: сіз экономист болдыңыз. Сіздің жұмысыңыз ақша үнемдеу болды.

Түсініксіздік-аударманың функционалды-мағыналы кемшілігі, бастапқы мәтінде нақты көрсетілген тұжырымның мағынасын құнгірт етеді. Аударма түсініксіздігі көбінесе синтаксистік құрылымдардың қолайсыздығынан туындаиды. Олар сондай-ақ сөзді немесе фразаның құрылымын сәтсіз таңдаумен немесе белгілі бір аударма әдісін жеткілікіз қолданумен немесе пайдаланбаумен байланысты болуы мүмкін. Аударма мәтініндегі түсініксіздікке мысал келтірейік: *Let's buy some presents (such as sweets, chocolate, puzzles, books, felt pens and toys) for kids.* - Балаларға кэмпитеттер, шоколадтар, жұмбактар, кітаптар, киізден жасалған қаламдар мен ойыншықтар сияқты сыйлықтар сатып алайық. Аудармашы ұсыныстың негізгі идеясын анық білдірmedі, сондыктан балаларға жоғарыда айтылғандардың бәрі емес, тек ойыншықтар берілетін сияқты. Бұл аудармада барынша түсінікті болу үшін тыныс белгілерін ауыстырып, сөз тәртібін өзгерту керек: балаларға сыйлықтар сатып алайық: кэмпитеттер, шоколад, жұмбактар, кітаптар, киізден жасалған қаламдар мен ойыншықтар.

Аударма мәтінінің мазмұны және оны білдіру формаларын қабылдаудың жаңа лингвистикалық-этникалық жағдайларына бейімдеудегі қателіктер. Олардың себебі-түпнұсқа тілі мен аударма тілінің ана тілінің лингвомәдени құзыреттіліктерінің айырмашылықтарын өтей алмау, мысалы: *Oh, look at her, she's looking for a witty solution to this problem. Very Oscar Wilde!* - О, оған қараңыз, ол бұл мәселенің ақылды шешімін іздейді. Уайлд сияқты! Бұл фразаның аудармасында аудармашы жазушының есімін – Оскар Уайлдты қолданады. Ол өте ақылды және білімді адам болған, сондыктан орыс тіліндегі «өте ақылды» деген тіркес «өте тапқыр» дегенді білдіреді.

Лексикалық қате-сөздің негізгі немесе контекстік мағынасын дұрыс пайдаланбауга байланысты қате, сондай-ақ аударма тіліндегі сөздердің үйлесімділік нормаларын бұзу, мысалы: *: There were a lot of people at the party besides us.* - Кешке біздің жанымызда адамдар көп болды. Бұл жағдайда аудармашы аудармаға дұрыс әсер еткен «beside» (жанында, жанында) және «besides» (сонымен қатар) шатастырды. Сондыктан бұл дұрыс болады: кешке бізден басқа адамдар көп болды.

Грамматикалық қате-түпнұсқаның мағынасын бұрмалауға алып келмейтін, аударма тілінің грамматикалық (оның ішінде синтаксистік) нормаларының бұзылуы. Мысалға: *Kate is more beautiful than*

Jane. - Кейт Джейнге қараганда әдемі. Орыс тілінде салыстырмалы дәреженің екі формасын бір уақытта қолдануға болмайды. Дұрыс аударма келесідей: Кейт Джейнге қараганда әдемі.

Стилистикалық қате-аудармаға жататын мәтіндердің жанр-стилистикалық әртүрлілігінің функционалды-тілдік қасиеттеріне сәйкес келмейтін сөзді, дизайнды немесе стилистикалық құралды қолдану.

A: Hi, girl, will you go on a date with me? – he asked boldly.

B: Get away.

Ж: Сәлеметсіз бе, қыз, сіз менімен кездесуге барғыңыз келмейді ме? – деп сұрады ол батылдық танытып.

B: Жоқ.

Мұнда дұрыс емес стилистикалық дизайн қолданылады. Әлбетте, автор жастардың кейіпкерлерін атап өту үшін әдейі төмен сөйлеу стилін қолданады, ал аудармашы бұл әсерді бейтараптандырады. Дұрыс аудармасы:

Ж: Сәлем, әдемі бикеш, менімен кездесуге барасың ба? – деп сұрады ол батылдық танытып.

B: Жоғал.

Орфографиялық қате-аударма тіліндегі сөздердің емлесіндегі қате. Келесі диалогты қарастырыңыз:

A: Why are you leaving?

B: I'm tired.

Ж: Неге кетіп бара жатырсың?

B: Мен шаршадым.

Бұл жағдайда бос орын («неге» орнына «неліктен») диалогта маңызды рөл атқарды. Бұл дұрыс емес аударылғана.

Л. к. Латышевтен басқа көптеген аудармашылар жіктеумен айналысқан аударма қателері. Н. К. Гарбовский өзінің «Аударма теориясы» кітабында Кәсіби аударма сапасы мәселесін қозғап, аударма қателіктерінің типологиясын жүйелейді:

- түпнұсқа тілін жеткіліксіз менгеру;
- танымдық тәжірибелің жеткіліксіздігі, яғни бастапқы мәтінде сипатталған қоршаған шындық саласы туралы білімнің болмауы;
- бастапқы мәтіндегі мағыналар жүйесіне немікұрайлы қарау, яғни түпнұсқа мәтінінің авторы тақырып туралы не айтатынын түсінбеуі;
- бастапқы сөйлеу жұмысы авторының жеке стилінің ерекшеліктерін ажыратады алмау.

Осы себептерді анықтай отырып, зерттеуші аударма қателерінің өзіндік жіктемесін ұсынды [2, 514-536 беттер]:

1. бастапқы мәтіннің мағынасын түсінбеуге байланысты қателер;
2. «белгі-ұғым» деңгейіндегі түсіну қателері»;
3. «белгі-күрделі ұғым» деңгейіндегі түсіну қателері»;
4. «белгі-пайымдау» деңгейіндегі түсіну қателері»;
5. пәндік жағдайды түсінудегі қателіктер;
6. мағыналар жүйесін қайта көрсету кезеңіндегі қателер;
7. стилистикалық қателер.

Бұл мәселенің өзекті жұмыстарының бірі ұжымдық енбек болды

Д.М. Бузаджи, В. В. Гусева, в. К. Ланчикова және Д. В. Псурцева «аударма қателерін жіктеуге жаңа көзқарас», қателерді жіктеуге ғана емес, сонымен қатар аударма сапасын бағалау мәселесіне де арналған, бұл өте маңызды, өйткені кәсібілік талдауды, рефлексияны, қорытындыларды қамтиды. Сонымен бірге авторлар аударма қателерінің келесі топтарын ажыратады [3, б. 32-70]:

1. Мәтіннің денотативті мазмұнымен байланысты қателер (лексикалық және лексикалық-грамматикалық деңгейлердегі қозғалыссыз төмендету, косу, ауыстыру);
2. Түпнұсқаның стилистикалық сипаттамаларын берумен байланысты қателер (сөздердің Нормативтік немесе қарапайым тәртібінен ауытку, аударма мәтінінің прагматикасы зардал шегетін логикосинтактикалық байланыстың дұрыс таңдалмауы);
3. Коннотацияны берумен байланысты қателер (авторлық бағалау мен авторлық стильді беру қателері);

4. Нормативтік және төмөнгі қателер (тиісті атауларды аудару қателері, транскрипцияланған шетелдік сөздердің дұрыс берілмеуі, стилистикалық қателер, графикалық әрітер, дизайн ережелерін сақтамау).

Қорытындылай келе, барлық аударма қателіктері аудармашының жалпы дамуын, оның мәдени деңгейі мен танымдық тәжірибесін көрсетеді деп қорытынды жасауга болады. Сонымен қатар, тіларалық асимметрия құбылысы мәтіндерді аудару кезінде сөзсіз байқалады, бұл көбінесе типтік аударма қателеріне әкеледі [4, 77 б.]. Аударма қателері аударманың өзі пайда болған сәттен бастап бар. Қателерді болдырмауға болмайды, бірақ оларды азайтуға болады. Аударма қателіктерінің жіктелуін талдау кәсіби аудармашы тек шетел тілінің грамматикасы мен лексикасын ғана білуі керек екенін көрсөтті тілдерін толық менгеруі тиіс, сонымен қатар түпнұсқа және аударма тілдері елдерінің мәдениеттерін толық қөлемде менгеруі тиіс. Неологизмдерді берудің белгілі бір әдісін таңдау көптеген субъективті факторларға байланысты (олар жұмыста олардың субъективті сипатына байланысты қарастырылмаған), мысалы, аудармашының жеке басы, оның ақыл-ойы, тәжірибесі, дерексіз ұғымдармен жұмыс істеу қабілеті, аударма процесі кезіндегі жағдай, сондай-ақ мәтін стилі мен белгілі бір автордың стилі. Алайда, ең алдымен, неологизм баламасының (ағылшын тілінің) аударма тілінің (қазак тілінің) нормалары мен ережелеріне барынша жауап беруіне ұмтылу қажет. Бірінші тарауда ағылшын тілінде неологизмдерді қалыптастыру проблемасына байланысты теориялық мәселелер қарастырылды. Неологизм тұжырымдамасына анықтама берілді, осы Тұжырымдаманың негізгі мәселелері зерттелді, жіктеулер келтірілді, сонымен қатар әйелдер журналдарының мысалында журналистік стильдің ерекшеліктерін қарастырылды. Лингвистер неологизм ұғымын әртүрлі жолдармен анықтайды, алайда олар сөзде жаңа болмыстың маңыздылығы туралы көліседі, тек содан кейін оны неологизм деп санауга болады. Неологизмдер жаңа ұғымдарға сілтеме жасау үшін ғылыми-техникалық прогресс нәтижесінде пайда болған, сөздікке енбеген жаңалыққа ие. Неологизмдердің пайда болуының негізгі себебін қоғамның тілдік құралдардың көмегімен жаңа технологиялық, экономикалық, саяси, мәдени шындықтарды дәл, үнемді және сонымен бірге мәнерлі түрде жазуға деген ұмтылысы деп санауга болады. Теориялық материал негізінде біз қысқартуладың танымал болу себептерінің арасында лингвистикалық факторларды да, экстралингвистикалық факторларды да ажыратуға болатындығын анықтадық. Біріншісіне бұрыннан белгілі ақпараттың сипаттамасындағы принципті жатқызуға болады. Екінші группе относится влиянию научно-технический прогресс и большей ақпарат ағыны. Неологизмдердің білім беру әдісі бойынша жіктеуді зерттей отырып, біз жаңа сөздерді қалыптастырудың келесі жолдары бар екенін білдік туынды, верификация, конверсия, қысқарту, қарыз алу, кері туынды. Тіл мамандары ағылшын тілінің дамуының қазіргі кезеңіндегі сөзжасамның ең өнімді тәсілдері-қысқарту және сөзжасам деп санайды.

ӘДЕБИЕТ

- Гумбольдт В. адам тілдерінің құрылымының айырмашылығы және оның адамзат баласының рухани дамуына әсері туралы.
- Петрова О. В., Сдобников В. В. Теория перевода: Учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2006. – 448 с.
- Зилberman Л.И. Структурно-семантический анализ текста. М.: Наука, 1982. 79 с.
- М. А. Куниловская Понятие и виды переводческих ошибок. Сборник материалов семинара «Переводческая ошибка в теории и практике перевода». -Тюмень, 2008.
- Кубрякова Е.С. сөзжасам саласындағы тілдің типологиялық ерекшеліктерін зерттеу жолдары туралы. СБ.: қазіргі Герман тілдерінің құрылымдық-типологиялық сипаттамасы. М., 1966, с. 98-99;

УДК 82.25

Kemelbekova Zh.G.

Speciality: «5B020700-Translation study»

Almaty, Kazakhstan

e-mail: janetritter99@gmail.com

THE SPECIFICS OF TRANSLATING TEXTS ON CULINARY TOPICS

This article discusses the problems and specifics of translating culinary recipes. The article also studies use of stylistic, lexical and grammatical features of culinary recipes. Explanations of the reasons for the use of transformation techniques to achieve adequate translation are explained.

Keywords: culinary recipes, dish, tradition, realias, translator, techniques, translation problems, English language, Russian language.

Кемелбекова Ж.Ғ.,

Специальность: «5В020700-Переводческое дело»

Алматы, Казахстан

e-mail: janetritter99@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ КУЛИНАРНОЙ ТЕМАТИКИ

В данной статье рассматриваются вопросы, связанные с особенностями перевода кулинарных рецептов. На конкретных примерах сделана попытка выделить стилистические, лексические и грамматические особенности текстов кулинарных рецептов и их учет в переводческой деятельности.

Ключевые слова: кулинарные рецепты, блюдо, традиция, реалия, переводчик, приемы, проблемы перевода, английский язык, русский язык.

В последние годы возрос интерес к кулинарии и кулинарным традициям, о чем свидетельствует изобилие статей как в печатном виде, так и на интернет-площадках. Кроме того, набирают популярность кулинарные телешоу, транслирующие гурманам заморские блюда с детальным изложением способов их приготовления. Отсюда вытекает повышенный интерес к переводам текстов кулинарной тематики.

Кулинарный рецепт представляет собой письменный, монологический, подготовленный, текст, хранящий информацию «накопительного» характера, рассчитанную на длительное использование.

Кулинарный рецепт является не только практическим специальным текстом, он также аккумулирует в себе постоянные изменения в способах приготовления блюд, что делает его бесценным культурно-историческим свидетелем, в котором также получают свое отражение языковые изменения.

Процесс оформления кулинарных рецептов как самостоятельного типа текста не проходил изолированно в каждой стране, рецепты, появившиеся ранее в одних странах, исторически оказывали влияние на развитие этой сферы в других.

Широко используясь в произведениях художественной литературы, кулинарные рецепты в художественном пространстве текста служат не просто для описания быта, они наглядно демонстрируют отличия в традициях и обычаях разных слоев населения, как в процессе приготовления блюд, так и потребления пищи. Каждый народ ассоциирует себя с определенными блюдами. Кулинария представляет собой важную сторону культуры потребления, в формировании культурных ценностей манеры поведения за столом, моды на определенные продукты, знания того, какое вино следует употреблять в сочетании с определенным блюдом. Эти знаки позволяют говорить о культурном потенциале нации и о специфике самой культуры. Если рассматривать кулинарный рецепт с точки зрения его языковой организации, то анализу подлежат структурные, лексические, морфологические и синтаксические особенности текста кулинарного рецепта.

Кулинарный рецепт является малоформатным типом текста. Малый объем - отличительная особенность данного типа текста, при этом он вмещает большой объем передаваемой информации. В структурном аспекте малоформатный текст характеризуется простотой и стереотипностью построения.

Стилистические, лексические и грамматические особенности кулинарных рецептов определяют особенности перевода кулинарных рецептов. Естественно, при переводе переводчик может столкнуться с рядом проблем, которые связаны с особенностями организации кулинарных рецептов.

Так, например, анализируя проблемы перевода кулинарных рецептов И.Державецкая говорит о том, что хотя гастрономические реалии в текстах ресторанных меню или рецептах представляют собой «простой перечень блюд», тем не менее, информация, заложенная единицах языка, составляющих название блюда, «...далеко не всегда однозначна» [1, с.20].

Исходя из названия блюда, которое не только информирует о его составе или способе приготовления, но и побуждает клиента к заказу или приготовлению блюда.

И. Беспалова в ходе исследования проблем, связанных с переводом кулинарных рецептов, указывает на то, что обозначенный вид текстов представляет собой текст инструктивного характера, где «достаточно емко представлена оперативная информация, выраженная формами повелительного наклонения глагола, лексикой с семантикой необходимости или возможности, модальными глаголами». Причем, по мнению автора «...сохранение pragmatики средств выражения оперативной информации в переводе приобретает особую значимость, учитывая, что рецепт — это, прежде всего, инструкция, нарушение предписаний, которые может привести к отрицательному результату» [2, с.20].

Таким образом, в процессе перевода текстов кулинарных рецептов и определения основных единиц перевода переводчик может столкнуться с различными видами преобразований, требующих учета одновременно языкового, культурологического и психологического факторов. Для достижения

адекватного перевода переводчику следует применять различные виды преобразований на всех языковых уровнях. Следует отметить, что такой подход к переводу кулинарных рецептов регламентирует использование различных лексических трансформаций, поскольку лексика является носителем основной информации, например: *Add a glug of olive oil* / Добавить немного оливкового масла, необходимость трансформаций вызвала лексема «*glug*», имеющая в словарной статье значение «глоток». Очевидно, что автор хочет, чтобы человек, который занимается приготовлением пищи, добавил оливкового масла ровно столько, сколько выпивает человек, сделав один глоток. Однако буквальный перевод не удовлетворяет нормам русского языка, поэтому, применив прием генерализации, лексема «*glug*» была переведена как «немного».

Исследователь М. Ундритцова подчеркивает, что текст рецепта, обладая инструктивным характером, определяет стратегический подход переводчика к нему. При переводе рецептов автор отмечает использование номинативных конструкций для сохранения норм русского языка. Также, в ходе перевода М. Ундритцова применяла перестановки, добавления и опущения, и, по мнению автора, такие приемы помогали добавить конкретики в рецепт или опущения излишних деталей [3, с.14].

Таким образом, наиболее употребительными способами перевода кулинарных рецептов можно назвать приемы перестановки, добавления и опущения. Но при переводе лексем, определяющих продукты питания и кухонную утварь, переводчик также может столкнуться с рядом проблем.

Опираясь на исследование Ж. Багана, Я. Кравец, отмечает лексическую наполняемость продуктов питания, которые используются в рецептах [4, с.92].

В частности, в английском языке названия домашних животных имеют английские корни, а названия мясных блюд -французские, например, *pig – pork, cow – beef, hen – chicken*. В русском языке также расхождение этих двух понятий наблюдается в следующей паре: корова-говядина. В паре свинья — свинина, последнее выступает производной лексической единицей, а вот лексема курица в русском языке служит определением понятия и домашней птицы и блюдом и имеет негативное значение при определении глупой женщины, например, «тупая курица». В английском языке слово *hen* определяет домашнюю птицу, а слово *chicken* блюдо из курицы, например, *chicken soup* - куриный суп.

Также следует обратить внимание на такой вид домашней птицы как индейка. В английском языке, да и в целом в национальной американской кухне индейка выступает праздничным блюдом на день благодарения, и ее американцы запекают, например, *roast turkey*. В русском языке индейку и запекают, и жарят, и тушат и как праздничное блюдо оно в национальной кухне не представлено. Следовательно, и при переводе названий рецептов также наблюдается следование национальной традиции, например:

«*Ham Stock. For 2 quarts of ham bones and scraps, include 1 cup each of chopped carrots, onions, and celery, and an herb bouquet consisting of 3 imported bay leaves, 1 teaspoon thyme, and 5 whole cloves or allspice berries. Proceed as for the chicken stock, but simmer about 3 hours.* / Бульон из свиного окорока. На 2 кг обрезков свиного окорока костей возьмите по 1 чашке нарезанных моркови, лука и корневого сельдеряя, а также 3 лавровых листа, 1 ч. л. тимьяна 5 бутонов гвоздики, или ягод можжевельника, или душистого перца. Приготовьте все, как для куриного бульона, но варите 3 часа.»

Кроме того, в ходе перевода кулинарных рецептов с английского языка на русский переводчику стоит обращать внимание на названия кухонной утвари. Так, например британцы используют *frying pan* / сковороду, а американцы берут для этого *skillet* / та же сковорода, но с ручкой. При приготовлении пищи в посуде, помещенной в кастрюлю с водой, британцы называют ее французским выражением *au bain-marie*, тогда как американцы говорят *double boiler; double saucepan* / пароварка.

Отдельную трудность составляет перевод мер веса и емкости. Так, например, выражение *in 6 to 8 quarts of salted water at a rapid boil* может быть передано на русский язык как «варить в 6-8 литрах кипящей подсоленной воды», причем слово *quart* – кварт, четверть галлона, это единица объема жидких тел, равная 0,946 литра. Следующее выражение *11/1 lbs, to serve 4 or 5* / полкилограмма на 4-5 порций, причем фраза *1 1/2 lbs* - может быть передана на русский язык как «полкилограмма», зная, что *lbs* - это фунт, который равен 373,2 г; *2 tablespoons butter, 3 tablespoons flour, and 1 1/2 liquid (zucchini juices plus milk)* / 2 столовые ложки сливочного масла, 3 столовые ложки муки, 12 стакана жидкости (смешать сок кабачка и молоко). Таким образом, при переводе мер веса следует обращать внимание и на количественное значение меры.

Из вышеизложенного следует, что одними из основных способов перевода, которые могут помочь в преодолении трудностей, возникающих в процессе перевода, являются приемы перестановки, добавления и опущения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Державецкая, И. А. Глоттоническая лексика в системе английского языка - 2013 – 20 с.
2. Беспалова, И. А. Специфика перевода кулинарного рецепта (на материале поваренных книг Джейми Оливера) - М., 2014 – 20 с.
3. Ундритцова, М. В. Глоттонический дискурс: лингвокультурологические, когнитивно-прагматические и переводческие аспекты (на материале рус., англ., фр. и греч. языков) - М., 2015. – 14 с.
4. Багана, Ж. Понятие «еда» как отражение национально-культурной специфики (на материале группы «домашняя птица» в немецком и русском языках) – М., 2013. – 92 с.

УДК 80:808.03

Kraskova Victoria Artemovna
Student of the Faculty of Translation and Philology
Ablai Khan KazUIR&WL
Almaty, Kazakhstan
Scientific supervisor: MA Kanatbaeva M.A.

MEDICAL TERMS AND FEATURES OF THEIR TRANSLATION

With the rapid development of technology in medicine, ensuring adequate translation of medical terms is becoming an important part of translation practice. The article discusses the main problems of translation of medical terms, analyzes the specifics, as well as general and particular problems of translating medical texts. The sources of problems of medical translation at different language levels are considered.

Key words: medicine, translation, translation techniques, medical term.

Краскова Виктория Артемовна
Студент Факультета перевода и филологии
КазУМОиМЯ им.Абылай хана
Алматы, Казахстан
Научный руководитель: м.г.н. Канатбаева М.А.

МЕДИЦИНСКИЕ ТЕРМИНЫ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА

С бурным развитием технологий в медицине обеспечение адекватного перевода медицинских терминов становится важной составной частью переводческой практики. В статье рассмотрены основные проблемы перевода медицинских терминов, анализируется специфика, а также общие и частные проблемы перевода медицинских текстов. Рассматриваются источники проблем медицинского перевода на разных языковых уровнях.

Ключевые слова: медицина, перевод, приемы перевода, медицинский термин.

В связи с последними мировыми событиями, стало ясно, что медицина играет одну из самых важных ролей и требует вложения, как и финансовых, так и интеллектуальных. Уходящий год способствовал резкому скачку сферы медицины, пополнив также лексикологию данной сферы. Быстро обновляющаяся информация, от которых зависела жизнь сотни, а порой и миллионов людей, дала понять миру о необходимости квалифицированных переводчиков, что в свою очередь сделало актуальным тему перевода медицинских терминов и текстов. Стоит отметить, что это один из самых сложных видов перевода, требующий особой подготовки специалиста.

Медицинская терминология — это язык, на котором общаются врачи. Он должен быть ясным для читателя. Перевод медицинской тематики — один из самых «рискованных» видов с точки зрения возможных последствий. Ошибки переводчика могут оказаться причиной неточной диагностики или искаженной интерпретации. Наиболее приемлемыми для существования в медицинской терминологии следует считать те слова, которые приняты большинством специалистов, понятны всем и отражают суть явления или предмета. Смыловое значение того или иного термина в медицине только тогда становится всеобщим достоянием, когда оно зафиксировано точным, простым и однозначным термином, не допускающим его различных толкований.

Наиболее часто переводчикам поступают заказы на медицинский перевод: медицинских справок; историй болезни; документации к медицинской технике (инструкции и т.д.); презентаций; учебных пособий/справочников; аннотаций к лекарственным препаратам; результатов обследований; отчетов по испытанию лекарств, медицинские статьи с переводом

Среди специфических черт медицинского перевода стоит отметить большое количество терминов, требующих точного и однозначного перевода на иностранный язык. Для работы в сфере медицинского перевода важно знать широкий пласт лексики, включающий в себя не только стандартную терминологию, но и слова, обозначающие симптоматику, фармацевтические препараты и медицинское оборудование. Кроме того, одной из особенностей медицинского перевода является наличие слов, заимствованных из разных языков: латинского, греческого, английского и др. Корректное использование терминов — необходимое условие для языка и науки. Развитие их происходит параллельно, так как каждое новое понятие должно быть точно зафиксировано словом-термином. Современная медицинская наука пользуется в основном латинскими терминами или лексическими элементами греческого языка. Одни медицинские термины устарели и выходят из употребления, другие — меняют свое значение, а для выражения новых научных понятий возникают новые.

В каждом термине принято рассматривать его этимологию (происхождение) и семантику (смыслоное значение). Современная семантика (толкование) медицинского термина зачастую не совпадает с его этимологией.

Терминологическую лексику можно разделить на два пласта: общая терминология и узкоспециальная. Для общей терминологической лексики характерны слова, термины, которые употребляются в различных областях науки, например, препарат, прибор, инструмент, элемент. Термины, которые употребляются в определенной области науки, относятся к узкоспециальной терминологии.

К особенностям медицинского текста относятся также многочисленные аббревиатуры. Они представляют отдельную сложность во время реализации медицинских переводов. При переводе аббревиатуры важна ее верная расшифровка. Нередко переводчику приходится обращаться к специальной медицинской литературе, чтобы получить расшифровку аббревиатур и только после этого становится возможным осуществление перевода на иностранный язык.

Среди основных проблем, которые предстоит решать специалисту при переводе любых медицинских документов, независимо от функционального типа текста, можно выделить следующие: специализированная медицинская терминология, медицинские сокращения и аббревиатуры, формат отображения данных и речевые клише. Рассмотрим перечисленные проблемы подробнее.

Синонимия терминов. Although clinical examination has poor sensitivity in the detection of ovarian masses (15–51 %) its importance lies in the evaluation of mass tenderness, mobility, nodularity and ascites. Существительное *tenderness* многозначно как в английском, так и в русском языке, и его синонимический ряд включает много компонентов: нежность, мягкость, чувствительность, болезненность, хрупкость, слабость. В данном случае существительное *tenderness* представляет качественную характеристику опухолевидных образований. Таким образом, необходимо подобрать термин, который будет наилучшим образом отражать указанное качество. Прежде всего, необходимо исключить из ряда синонимов существительные нежность, хрупкость и слабость, которые не имеют отношения к описанию заболевания. В медицинском словаре предлагаются синонимы чувствительность и болезненность[1].

Особые затруднения обычно вызывают сокращения, не зафиксированные в словарях. И хотя существуют словари медицинских аббревиатур, далеко не всегда они могут прийти на помощь, так как нередко сокращение оказывается авторским, рожденным «здесь и сейчас», только в пределах переводимого текста.

Для перевода аббревиатур важна точность и однозначность их перевода. Однако, в медицине возникают такие случаи, при которых причиняется вред пациенту из-за неверной интерпретации медицинской аббревиатуры. Лингвисты отмечают, что английскому языку свойственно сокращение любого термина. Термин в русском языке при переводе его на английский язык превращается в аббревиатуру: LK «leftkidney» «левая почка»; RK «rightkidney» «правая почка»; LN «liquidnitrogen» «жидкий азот».

Проблема, связанная с переводом терминологии, — несовпадение объема значений терминов в английском и русском языках. Например, лексема «отек» имеет такие варианты перевода, как swelling, edema, hydrops. Выбор конкретного соответствия определяется контекстом[2].

Пример 1. There is a bit of swelling between the frontal and the left temporal lobes[3]. – Есть небольшой отек между лобной и левой височной долями.

Пример 2. There is edema and localized swelling in the section of the temporal lobe that controls short-term memory. – Есть отек и локальная опухоль в отделе височной доли, отвечающем за кратковременную память.

В текстах медицинской тематики также встречается множество так называемых «ложных друзей переводчика». Часто в данную категорию попадают интернациональные слова, которые помимо

«интернационального» имеют еще и совершенно другое значение. Например, “adrenal hypertension” – не «адреналиновая», а «гормональная» гипертензия, а “persistent hypertension” – не «персистирующая», а «стойкая» гипертензия. “Positive history” – не «положительная история», а «отягощенный анамнез», glands – не «гlandы», а «железы», “pernicious anemia” – не «пернициозная анемия», а «атрофический гастрит»[4]. Перевод подобной лексики не является проблемой для профессионала, но начинающему переводчику необходимо учитывать данный фактор и тщательно проверять терминологические соответствия.

Английский язык склонен к упрощению грамматических структур, поэтому в нем довольно развитая система аббревиаций. Зачастую аббревиатуры и сокращения являются неоднозначными, в связи с чем у переводчика могут возникнуть проблемы при переводе. К примеру, аббревиатура CHF в разных контекстах может переводиться по-разному: как «застойная сердечная недостаточность», «хроническая сердечная недостаточность» либо «хроническая печеночная недостаточность».

Особую трудность для перевода представляют аббревиатуры латинского происхождения, которые весьма характерны для английского медицинского текста в отличие от русского. Такого рода аббревиатуры используются врачами, как в разговорной, так и в письменной официальной речи. К ним можно отнести такие аббревиатуры как:

a.c. “ante cibum, before meals” – перед едой;

q.h.s. (лат. quaque hora somni) every night at bedtime – каждый день перед сном;

q.i.d. (лат. quarter in die) – 4 раза в день;

b.i.d. (лат. bis in die) – 2 раза в день;

Примеры: Darvocet-N 100 one tablet p.o. q. 4–6 h. p.r.n. – Пропоксиfen (дарвоцет) – Н 100 по 1 таблетке для приема внутрь, каждые 4–6 часов по необходимости. Colace 100 mg p.o. b.i.d. – (Цолаце) 100 мг внутрь, 2 раза в день. Atrovent inhaler 2 puffs q.i.d. – Атровент, 2 дозы 4 раза в день[5].

Учитывать при переводе следует соответствие формата данных, а также устойчивые речевые клише. Например, обозначения групп крови в русском и английском языках имеют следующие соответствия:

1 – 0

2 – A

3 – B

4 – AB

Речевые клише характерны для таких медицинских документов, как справка, медицинский эпикриз или заключение. Переводятся функциональными соответствиями.

Примеры: This is to certify that... – справка дана...

Admitting diagnosis – диагноз при поступлении

Discharge diagnosis – диагноз при выписке

CT scan of the head ruled out any acute CVA – КТ головного мозга позволила исключить острое нарушение мозгового кровообращения

Discharge disposition: Discharged to skilled nursing facility per physical therapy and rehabilitation – направлен в специализированное медицинское учреждение для проведения физиотерапевтических процедур и реабилитации discharged to regular residence – выписан (домой)

Diet: general cardiac – диета при сердечно-сосудистых заболеваниях (стол № 10)

Impression – заключение (врача)

Наконец, еще одна особенность английского медицинского текста – значительное количество неологизмов: современная медицинская наука стремительно развивается, появляются новые термины и выражения, а те лексемы, которые употреблялись ранее, могут приобретать новый смысл. Основными трудностями при переводе неологизмов могут стать отсутствие словарного соответствия в языке перевода, неполное соответствие либо соответствие различных значений слов исходного языка с различными словами в языке перевода[6]. Поэтому чаще всего при переводе неологизмов используется описательный перевод. Помимо данного способа, возможен перевод по аналогии, с помощью перестановки компонентов, семантического и фразеологического калькирования, а также транслитерации. Примеры: multi-drug resistant organisms (MDROs) – микроорганизмы с множественной устойчивостью к лекарственным средствам Telestroke – программа «Телеинсульт» image-guided surgery – видеоуправляемая хирургия dual users (e-cigarettes and regular cigarettes) – люди, курящие как электронные, так и обычные сигареты[7].

Подводя итог, перечислим основные проблемы перевода медицинского текста:

1) однословные термины и термины-словосочетания – переводятся однозначными эквивалентами или вариантными соответствиями;

- 2) аббревиатуры и сокращения;
- 3) сокращения латинского происхождения;
- 4) неологизмы – переводятся калькированием, транскрипцией, транслитерацией либо описательным переводом;
- 5) речевые клише[8].

Важно отметить, что медицинский перевод обладает рядом лексических, грамматических и синтаксических особенностей, делающих его уникальным. Медицина является активно развивающейся областью практической и научной деятельности, в связи с этим переводчику необходимо постоянно совершенствоваться и повышать свою квалификацию. Медицинский перевод требует от переводчика не только высокого уровня владения языком, но и хороших знаний в области медицины. Таким образом, переводчик должен обладать широким спектром знаний, умений и навыков, чтобы суметь отразить все специфические черты медицинского текста при выполнении перевода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамова Г.А. Медицинская лексика: основные свойства и тенденции развития: дис. ... д-ра филологических наук. Краснодар, 2003. 312 с.
2. Барбашева С.С., Авраменко А.А. Особенности перевода аббревиатур в англоязычном медицинском тексте (на материале терминологии кардиологии) // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2011. № 2(4). С. 911-916.
3. Бредихин С.Н., Бобровский И.Н. Специфика терминологизации понятий в медицинском институциональном дискурсе: переводческий аспект // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-2. С. 180-188.
4. Литовченко В.И. Классификация и систематизация терминов // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М. Ф. Решетнева. 2006. №3(10). С. 156-159.
5. Нуржанова З.М. Проблемы перевода медицинских терминов // Современные тенденции развития педагогических технологий в медицинском образовании. Вузовская педагогика. 2015. С. 575-578.
6. Рябова Е.А. Теоретические аспекты изучения терминов // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2009. № 2. С. 86-91.
7. Сдобников В.В. Перевод и коммуникативная ситуация: монография. М.: ФЛИНТА: Наука, 2015. 464 с.
8. Токарева М.В. Становление, развитие и современное состояние английской терминологии нефрологии и урологии: дис. ... канд. филологических наук. Омск, 2003. 207 с.
9. Online Etymology Dictionary. URL: <https://www.etymonline.com>. 11. Oxford Living Dictionaries URL: <https://en.oxforddictionaries.com>

УДК 81-26

A.A Kudryavtseva

Student of Translation studies of Ablaikhan
KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan
e-mail:an4oys99k@gmail.com

TRANSLATION PECULIARITIES OF DOCUMENTATION ON TRANSPORTATION AND STORAGE OF FOOD AND NON-FOOD PRODUCTS

The present paper examines the key features of translation of documentation on transportation and warehousing, which is one of the most important types of translations in the era of globalization and the development of international relations, or in other words, translation in the field of international logistics. The article reveals lexical, grammatical and stylistic features of translation of documentation on transportation and storage of food and non-food products.

Keywords: technical translation, logistics, transportation documentation, warehousing.

Кудрявцева А.А.,

студент КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «5B020700-Переводческое дело»
Алматы, Казахстан
e-mail: an4oys99k@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ДОКУМЕНТАЦИИ ПО ТРАНСПОРТИРОВКЕ И СКЛАДИРОВАНИЮ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ И НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

В настоящей статье рассматриваются ключевые особенности перевода документации по транспортировке и складированию, являющегося одним из наиважнейших видов перевода в эпоху глобализации и развитии

международных отношений или другими словами, перевод в сфере международной логистики. В статье раскрываются лексические, грамматические и стилистические особенности перевода документации по транспортировке и складированию продовольственных и непродовольственных товаров.

Ключевые слова: технический перевод, логистика, документация по транспортировке, складирование.

На сегодняшний день необратимый процесс глобализации объединяет все народы и страны в единое сообщество, позволяя людям по всему миру сотрудничать без каких-либо преград. Данный процесс оказывает огромное влияние не только на политическое положение стран, но и на мировую экономику. Стремительное развитие международных отношений влечет за собой развитие международного сотрудничества и торговли.

В настоящее время развитие деловых партнерских отношений между Казахстаном и зарубежными странами порождает необходимость документального оформления торгово-экономических отношений между компаниями и организациями. Такие страны как Америка, Китай, Россия, Япония, Германия и многие другие осуществляют активную внешнюю торговлю с Казахстаном. В связи с этим изучение специфики языка документов становится важной задачей лингвистики, а развитие международных перевозок делает изучение переводной документации для транспортировки и хранения востребованным.

Несмотря на то, что такие лингвисты как Мередова Б. Г. в своей работе «Особенности перевода официально-деловых текстов» и Колтунова М.В. в статье «Язык и деловое общение: нормы, риторика, этикет.» уже раскрыли основные моменты перевода официально-деловых текстов, документации и их коммуникативную значимость; особенности перевода документации в сфере международно-транспортной логистики были изучены сомнительно мало.

Как и любая другая сфера профессиональной деятельности, международная транспортировка или транспортная логистика обладает рядом лингвистических особенностей и закономерностей, которые в первую очередь необходимы для профессиональной коммуникации.

Терминология транспортной логистики является относительно молодой и постоянно пополняется новыми лексическими единицами. Она активно взаимодействует со смежными терминологиями, в результате чего пополняется терминами, заимствованными из других сфер знаний, таких как менеджмент, финансы, бухгалтерия. Данный факт говорит о том, что транспортная терминология окончательно не сформировалась, то есть находится на этапе становления. При рассмотрении документов в сфере логистики, можно заметить, что, попадая в данную терминологическую сферу, многие терминологические единицы приобретают свое уникальное значение.

Именно поэтому основной задачей переводчика при переводе документации по транспортной логистике становится достижение максимальной эквивалентности терминов в языке оригинала и языке перевода. [1, с.3]

Форма товарно-транспортной документации и порядок ее применения, регламентирован Постановлением Правительства Республики Казахстан от 18 июля 2011 года № 826 «Об утверждении Правил перевозок грузов автомобильным транспортом»: (по состоянию на 04.12.2013 г.) Согласно статье 826 Гражданского кодекса Республики Казахстан, любые международные транспортировки груза за пределы страны осуществляются при наличии товарно-транспортной накладной, документа таможенного транзита Carnet TIR, лицензии на международные доставки, инвойс, упаковочный лист и свидетельство о прохождении товара. Помимо этого, между сторонами заключаются такие документы как договоры на поставку товаров и договоры на их складирование. [4, с.246]

Переводчику, осуществляющему перевод в сфере логистики, необходимо владеть фоновыми знаниями о структуре данных документов:

Товарно-транспортная накладная информирует об основных моментах касаемо груза и его поставки (договор на поставку, характеристика груза, место отправления и прибытия и подписи сторон). Так же может содержать инструкции об условиях перевозки и сроках доставки, о страховании груза, перечень документов, переданных перевозчику.

Документ таможенного транзита Carnet TIR, выдается в соответствии с международным маршрутом Международных Дорожных Перевозок, разрешающий опечатанные автомобильные перевозки грузов пересекать европейские страны-члены МДП без прохождения таможенного досмотра до прибытия в страну назначения. Каждая книжка МДП имеет уникальный справочный номер.

Инвойс—это перечень товара с указанием его количества, массы и стоимости. Инвойс предоставляется на английском языке в пяти экземплярах и подтверждается печатью и подписью отправителя.

Упаковочный лист предоставляет данные об отправителе и получателе груза. Такой документ упрощает контроль за использованием мест для груза и его сохранностью.

Свидетельство о государственной регистрации товара является государственным сертификатом, подтверждающим факт производства перевозимого товара в стране, откуда он отправляется (Гражданский Кодекс Республики Казахстан, статья №826)

Договор на поставку товара является одним из наиважнейших юридических документов, заключаемый между двумя сторонами при купли-продажи конкретного товара. Данный документ определяет вид поставки, время, место, цену, способ возврата товара и многое другое.

Договор на хранение товара также заключается между двумя сторонами, где одна сторона (поклажедатель) передает определенный товар на хранение второй стороне (хранителю). Такой документ содержит полную информацию о товаре (наименование, количество, цена) и условия хранения и возвращения данного товара.

При наличии такого многообразия специализированной документации в сфере международной транспортной логистики можно легко выделить ряд лингвистических особенностей, присущей документации в данной сфере. Переводчик-лингвист Вербицкая М. отмечает, что перевод документации по транспортировке и складированию продовольственных и непродовольственных товаров, как и любой другой перевод, выражает свои характерные лексические, грамматические и стилистические особенности, которые осуществляют определенные коммуникативные цели [3, с.55].

Лексические особенности документации международной логистики представляют чрезмерное количество специализированных терминов, служебных и вводных слов, частое использование сокращений, лексических интернационализмов, клише. Например, всеми известные транспортные словосочетания-клише на английском языке: «*at all times comply with*», «*hereunder*», «*Amendment Agreement*» должны быть переведены в соответствии с принятыми клише в русском языке «неукоснительно соблюдать», «по настоящему Договору» и «договор о внесении изменений и дополнений».

Часто при переводе документации по транспортировке и логистике переводчик сталкивается с интернационализмами, которые представляют собой общий элемент нескольких мировых языков, имеющие в результате взаимовлияний или случайных совпадений внешне сходную форму и некоторые одинаковые значения в разных языках. [7, с. 32] Стратегия перевода таких лексических единиц напрямую зависит от значения и формы слова, наличия подходящего эквивалента в языке перевода. Так например, перевод слова «*office*» зависит от контекста текста в целом. В свою очередь данное слово может быть переведено дословно как «оффис» или все же подбирая необходимый по контексту эквивалент «должность», «обязанность», «отделение» или «функция».

Помимо этого, необходимо обратить внимание на диалекты английского языка и четко понимать какой именно необходимо использовать при переводе документации транспортной логистики. Так, в Великобритании общепринятое клише для слова «учреждение» является британский эквивалент «*company*», в свою очередь в американской документации общепринято использовать эквивалент «*corporation*».

Документация по транспортировке и хранению, не допускает применение синонимов к специализированным терминам и устойчивым словосочетаниям. Переводчику необходимо придерживаться единообразия слов в целях не исказить значение текста оригинала. «Любая фраза, любое предложение должны иметь только одно значение и толкование. Чтобы достичь такой степени точности в тексте, приходится повторять одни и те же слова, названия, термины» [6, с. 13]. Такие важные определения лиц или участников договора, номенклатура товара или груза представляются специальными установленными определениями: «*borrowing facilities* – кредитование», «*vendor* – продавец», «*purchaser- покупатель*», «*client- клиент*», «*goods-товары*», «*transport facilities* – транспортные средства», «*lessee- арендодатель*» и другие.

Значительную роль в данных документациях играют номерные обозначения (например, номер договора, товара, стоимости и т. д.), коммуникативной целью которых является передача специальных индикационных данных. Зачастую формат их обозначения изменяется в зависимости от установленных норм данного языка. Например, в английском языке тысячи выделяются запятыми, десятичные дроби представлены точками, в то время как в русском языке тысячи выделяют пробелами, а десятичные дроби – запятыми. В таком случае получается, что английское обозначение «\$9,111.98» будет представлено как «9 111,98 долларов».

Кроме того, в документации транспортной логистики всегда используются имена собственные, которые являются неотъемлемой частью любого документа. Под реализацией перевода имен собственных мы понимаем перевод названий компаний, имен участников договора, название или марки товаров. Названия фирм и предприятий и их организационно-правовых форм следует переводить, используя приём транслитерации, в скобках указывая название на языке оригинала. К примеру, с русского на английский ООО «Анна» будет переведено как *ООО “Anna”*, а ТОО «Текстильное предприятие Север» будет переведено как ТОО *“Tekstilnoe predpriyatie Sever”*. В то время как с английского на русский *Zero Limited* переводится как «Зеро Лимитед», а *Shelby, LLC* как «Шелби, Эл Эл Си». Такой перевод объясняется тем что организационно-правовые формы любой компании, такие как «ООО», «ТОО», «АО», «ЗАО» действуют на основании законов, положений, правил и регламентов только на территории страны данной компании.

Грамматические особенности перевода документации по транспортировке и складированию характеризуются частым использованием простых, развернутых и сложных предложений, страдательный залога, инфинитивных, причастных и фраз с герундием. В частности, большие сложноподчиненные и сложносочинённые предложения при переводе с русского на английский будут делиться на более простые и бессоюзные: «Условия поставки DAP-Хоргос, Китай, согласно Инкотермс 2010, будут отражены в Спецификациях, а поставка Товара осуществляется партиями на основании отдельных заказов Покупателя, которые должны быть отражены в спецификациях, как подтверждение каждого отдельного заказа и будут являться неотъемлемой частью настоящего Контракта» *«DAP-Khorgos, China delivery conditions, according to Incoterms 2010 will be reflected in the Specifications. Delivery of Goods is carried out in batches on the basis of separate orders of the Buyer, which should be reflected in the specifications as confirmation of each separate order and will be an integral part of this Contract.»*.

А страдательный залог, часто используемый в англоязычной документации с коммуникативной целью обратить особое внимание на факте или результате действия нежели на субъекте выполняющего действия трансформируется в действительный залог для построения наиболее корректного предложения в переводе на русский. Например, *«Goods are accepted by the Buyer (or by its authorized representative) in terms of quantity and quality in accordance with the number of items and weight indicated in the shipping documents.»* «Покупатель (или его уполномоченный представитель) принимает товары по количеству и качеству в соответствии с количеством мест и весом, указанным в транспортных документах.» Благодаря такой переводческой трансформации как грамматическое замещение переводчик смог избежать есть риск неопределенности толкования.

Большая опасность для переводчика заключается в том, что и в английском, и в русском есть много схожих грамматических форм и синтаксических структур, функции и значения которых не совпадают в языках. Подобные названия таких форм и конструкций, как в русском, так и в английском языке не должны вводить в заблуждение. Так при переводе часто встречаются грамматические единицы, отсутствующие в русском или английском языке. Неопределенные артикли (*an\a*), используемые в английском языке, при переводе официально деловых документов зачастую используется переводческая трансформация «опущение». В примере приведенного из договора о поставке товара можно легко заметить данное преобразование *«A Seller sells and a Buyer buys the Goods listed in the specifications under the conditions of this Contract.»* «Продавец продает, а Покупатель покупает Товары, приведенные в спецификациях, на условиях настоящего Контракта.»

Однако стоит обратить особое внимание на определенный артикль *«the»* который очень часто переводится как *«эта\этот\этому\эти»*. В свою очередь при переводе документации по транспортировки и логистики определенный артикль может быть переведен как *«данный\данная\данное»*. Например, определенный артикль в предложении *«The transported product meets all sanitary standards.»* будет переведен как *«Данный перевозимый товар соответствует всем санитарным нормам.»* Отсюда можно сделать вывод, что применение лексико-грамматических трансформации, а именно прием компенсации значительно облегчает работу переводчика.

Английские инфинитив и причастие функционально и содержательно отличаются от соответствующих русских форм. Объясняется это тем что английский язык является аналитическим, т.е. слова в предложениях связываются между собой при помощи предлогов и других служебных частей речи, в то время как русских языка является флексивным, т.е. слова в предложении связываются между собой при помощи словообразования (изменение окончаний) При переводе необходимо обязательно использовать грамматические преобразования. Функциональное соответствие достигается полным изменением

структур, порядка слов и заменой частей речи и предложения, добавлением и опущением слов. К примеру перевод часто встречающегося в транспортной документации словосочетания «would set», являющийся грамматической комбинацией вспомогательного и смыслового глагола будет переведен на русский язык как причастие «определяющий». Часто используемая в английском языке грамматическая конструкция инфинитивный оборот с предлогом «for» будет трансформирован на русский язык как представление инфинитива в роли сказуемого. Например, «Here is the rule for you to follow» «Правило которое Вам\тебе следует соблюдать.» В данном случае, грамматические переводческие преобразования, влияют не только на синтаксические элементы в предложении, но и на лексические значения предложения в целом.

Стилистические особенности документации международной логистики представляют собой сочетание официально делового и научного стиля. Российский лингвист М.Н. Кожина поясняет, что наиболее характерными чертами документации по транспортировке и складированию являются объективность и нейтральный тон изложения, аргументируя тем, что коммуникативной целью таких документов является осуществление деловой коммуникации между партнерами и представителями организаций [5, с.213]

Не стоит забывать, что документации на любом языке присуща точность и ясность изложения. «Документ – это текст, управляющий действиями людей и обладающий юридической значимостью. Отсюда повышенное требование точности, не допускающей иностранных, предъявляемое к тексту документов. Соответствовать этому требованию может только письменная речь, подготовленная и отредактированная» [6, с. 12]

Пример такой точности можно отметить в переводе договора Мередовой «I confirm that all items you ordered are in stock. We will deliver them within one week. There is no additional charge for delivery. - Я подтверждаю, что все заказанные вами товары имеются в наличии на складе. Мы доставим их в течение недели. За доставку дополнительная оплата не взимается.» [9, с.9]

Немаловажной стилистической особенностью документации транспортной логистики, как и в английском так и в русском языках является отсутствие эмоциональности. Не допускается использование выразительно-изобразительных средств языка таких как эпитеты, метафоры, сравнения и другие. [2, с.256] Описание товара в данной документации осуществляется использованием прилагательных определяющие какие-либо существенные физические данные. По мимо этого, не эмоциональность представляется в отсутствии вопросительных и восклицательных предложений. Так как целью данной документации является информирование адресата о каком-либо бесспорном или договоренном факте.

Также переводчику необходимо обратить особое внимание на правильное оформление документации транспортной логистики. Зачастую, в товарно-транспортных накладных, упаковочных листах информация представляется в виде таблицы, в то время как перевод договоров и контрактов представляется вместе с оригиналом на одной странице. Как показано в таблице ниже. [8, с.1]

| CONTRACT № CN/BSK-KZ/15702 | КОНТРАКТ № CN/BSK-KZ/15702 |
|--|--|
| Almaty city | 16 July, 2020 |
| BEYONG SEAFOOD CO., LTD., (156, People's Republic of China), represented by Director LIU YANG , hereinafter referred to as "Seller", on the one hand, and Albatros VED LLP, (398, Republic of Kazakhstan), represented by General Director Maksimov Andrey Vyacheslavovich, on the other hand, hereinafter referred to as the "Buyer", have concluded this contract as follows: | г. Алматы Компания «BEYONG SEAFOOD CO.,LTD.», (156, Китайская Народная Республика), в лице Директора LIU YANG , именуемая в дальнейшем «Продавец», с одной стороны и ТОО «Альбатрос ВЭД», (398, Республика Казахстан), в лице Генерального директора Максимова Андрея Вячеславович, с другой стороны, именуемое в дальнейшем «Покупатель», заключили настоящий контракт о нижеследующем: |

Несомненно, перевод документации по транспортировке и складированию требует не только высокой квалификации переводчика, но и наличие фоновых знаний непосредственно в самой международно-транспортной логистике. Знание установленных норм и правил, а также понимание лексических, грамматических и стилистических особенностей такой документации, указанных в

данной статье, может существенно облегчить работу переводчика. На основе анализа транспортной документации возможно сделать следующие выводы, которые имеют практическую значимость, так как во многом являются строжневыми при работе с текстами логистической направленности и представляют собой основу знаний специалиста в этой области.

Достижение эквивалентности текста оригинала и текста перевода является целью любого профессионального переводчика, так как выступает основой их коммуникативной равноценности. Главной проблемой достижения эквивалентности перевода текстов транспортной логистики является передача исходного содержания текста с помощью терминов переведенного языка. Различие терминов исходного языка и языка перевода является причиной наибольших трудностей при переводе. Поэтому возникает необходимость исследования терминов в текстах по транспортной логистике и поиска путей перевода частично эквивалентной и без эквивалентной лексики.

Таким образом, проблема перевода терминологии в документации по транспортировке и складированию является весьма актуальной и требует, на наш взгляд, дальнейшего теоретического анализа и практического исследования.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Базалина Е. Н. К проблеме перевода терминов научно-технических текстов / Е. Н., Cyberleninka, 2009. 3с.
- 2 Барлас Л.Г. Русский язык. Стилистика / Л.Г. Барлас. – М: Просвещение, 1978. 256 с
- 3 Вербицкая М. В., Купцова А. К. Особенности перевода терминов по логистике, М.: Издательство Московского университета, 2007. 12 с.
- 4 Гражданский Кодекс Республики Казахстан, М: Издательство LEM (Лем), 2019. 246с.
- 5 Кожина М.Н. О специфике художественной и научной речи в аспекте функциональной стилистики. М: Пермь, 1966. 213 с.
- 6 Колтунова М.В. Язык и деловое общение: нормы, риторика, этикет. М: Просвещение, 2005. 312с.
- 7 Колиенко Т.С. Особенности интернациональной лексики и способы ее перевода. М: Санкт-Петербург, 2018. 32с.
- 8 Кудрявцева А. А. Перевод документации международной логистики, Контракт № CN/BSK-KZ/190702. М: Казахский университет международных отношений и мировых языков имени Абылай хана, 2020. 1с.
- 9 Мередова Б. Г. Особенности перевода официально-деловых текстов (на материале уставных документов договоров, контрактов). М: Пензенский государственный университет, 2017. 41с.

УДК 81-25

Maken kyzы Aidana,

Student of the Ablaikhan KazUIRandWL,
Specialty “5B020700-Translation studies” Almaty, Kazakhstan
e-mail: boureides@gmail.com

SPECIFICS OF TRANSLATION OF COMPUTER TERMINOLOGY FROM ENGLISH TO RUSSIAN LANGUAGE

The article considers the problems of translating computer terminology from English into Russian. An attempt is made to reveal the main issues that arise when translating terminology from the above-mentioned sphere. In a comparative manner, the terms of computer technology in English and Russian languages are presented and methods of their translation are analyzed.

Keywords: translation of computer terminology, translation method, technology, computer vocabulary

Макен кызы Айдана,

Студентка КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «5B020700-Переводческое дело»
Алматы, Казахстан
e-mail: boureides@gmail.com

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА КОМПЬЮТЕРНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Представленная статья рассматривает проблемы перевода компьютерной терминологии с английского языка на русский язык. Предпринята попытка раскрыть основные проблемы, возникающие при переводе терминологии из указанной выше сферы. В сопоставительном плане представлены термины компьютерной технологии английского и русского языков, также анализируются способы их перевода.

Ключевые слова: перевод компьютерной терминологии, термин, метод перевода, технология, компьютерная лексика

В настоящее время информационные технологии проникли практически во все отрасли человеческой деятельности. Почти любое современное оборудование оснащено встроенными компьютерами. Поэтому документация на такое оборудование содержит специфические термины, понятные только специалистам в сфере компьютерных технологий (IT-специалисты) и вызывающие трудности у обычных переводчиков. Современные технологии являются неотъемлемой частью производственной и научной сферы, а также повседневной жизни большинства людей. Каждый год в мире появляются новые изобретения в данной области. Изобилие инноваций оказывает значительное влияние и на язык. Развивается компьютерная терминологическая система. Из-за того, что общение между различными культурами упрощается при помощи Интернета, в русский язык проникает большое количество иностранных терминов, среди них можно обнаружить обороты речи, заимствованные из английского языка, которые также относятся к ИТ-сфере.

Стремительное развитие научного прогресса способствует появлению новых слов для обозначения различных объектов и явлений. Эти слова становятся неотъемлемой частью жизни людей. Термины и терминология становятся важным средством для формирования научных теорий. Однако, в последнее время терминология всё больше обращается к языку повседневного общения, т.к. «*лишь обычный язык при всей своей относительной неточности по сравнению со строгим символическим языком позволяет формировать истинно новые идеи и оправдывает их введение путем наводящих соображений и аналогий*» [4]. Имеется в виду, что в период, когда происходит становление новой отрасли науки, возникает большое количество метафорических терминов, которые выступают в качестве инструментов, позволяющих овладеть специальным знанием. В компьютерном дискурсе большинство терминов-метафор являются либо комбинацией единиц общелитературного, общенаучного и собственно научного языков, либо базируются на метафорических терминах: bar code – штриховой код; blue screen of death – «синий» экран смерти (явление наблюдаемое в случае возникновения серьезной ошибки Windows NT) – (общелитературный + общенаучный). В современной литературе часто встречаются различные понятия, связанные с новыми технологиями. Это говорит об интересе к данной теме, к актуальному вопросу. Если рассматривать популярные виды перевода в сфере ИТ, то можно обнаружить огромное количество заимствованных терминов с английского на русский язык. Приведём примеры наиболее востребованных видов ИТ-перевода:

1. Перевод руководств по эксплуатации - большую часть работы ИТ-переводчика составляет перевод руководств по эксплуатации аппаратного (hardware) и программного (software) обеспечения. Сложность заключается в том, что в этих руководствах не только ИТ-термины, но и специфические понятия, относящиеся к сфере применения оборудования.

2. Перевод статей об информационных технологиях - статьи для ИТ-специалистов часто содержат примеры программного кода или командных сценариев, и для понимания и адекватного перевода таких статей иногда необходимо хотя бы частичное знание языков программирования или описываемого синтаксиса команд.

3. Перевод сравнительных обзоров - переводчикам довольно часто приходится иметь дело с переводом сравнительных обзоров аппаратного и программного обеспечения для компьютерных журналов и сайтов, посвященных информационным технологиям. В сравнительных обзораах чаще всего говорится о последних достижениях компьютерных технологий. Наличие в них большого числа сводных таблиц и диаграмм требует от ИТ-переводчика внимания к числовым данным и навыка работы с изображениями.

4. Перевод пресс-релизов - пресс-релизы, в основном, посвящены последним новинкам в сфере ИТ, что требует от переводчика внимания к развитию компьютерного рынка, знания истории инноваций конкретного производителя аппаратного или программного обеспечения.

5. Перевод компьютерных игр – это не только перевод элементов интерфейса и игрового меню. Это, также, перевод диалогов игровых персонажей, требующий от переводчика опыта игр похожего жанра, подробного знания сюжета игры и роли персонажей. К переводчику компьютерных игр предъявляют те же требования, что и к переводчику художественной литературы: перевод должен быть адаптирован под играющую аудиторию с учетом особенностей определенного языка, а речь персонажей должна быть правильной и запоминающейся.

Однако выполнение такого рода переводов для людей, работающих в области информационных технологий, является непростой задачей. Сложность выполнения качественного перевода состоит в том, что профессиональные лингвисты, имея гуманитарное образование, чаще всего недостаточно хорошо ориентируются в предметной области перевода. Кроме того, из-за интенсивного темпа развития информационных технологий для сохранения высокого уровня профессионализма им требуется постоянная активная работа по специальности, тесно связанной с ИТ сферой. Работу переводчика усложняет и многообразие переводимых бумаг. К ним относятся руководства по эксплуатации аппаратного и программного обеспечения, статьи, технические описания, пресс-релизы и т. д. В круг задач ИТ-переводчика входит и локализация программного обеспечения (ПО), в особенности, перевод компьютерных игр.

В целом, проблема переводов компьютерной терминологии очень важна. Например, во время занятий по иностранному языку, студенты (в частности, переводчики) часто работают с техническими текстами, в которых можно встретить большое количество слов, относящихся к ИТ терминологии. Ошибки в переводе терминов могут привести к проблемам и повлиять на конечный результат переводческого процесса.

Для того, чтобы перевод компьютерной терминологии отражал действительное содержание оригинала, переводчикам в обязательном порядке необходимо изучать данную область углубленно, а также понимать термины английского языка и знать терминологию русского. При переводе, например, технических текстов большое значение имеет взаимодействие термина с контекстом, благодаря чему определяется значение и смысл слова.

В процессе перевода технического текста, переводчики нередко встречаются со словами, смысл которых не всегда понятен. Поэтому, существенно важно понимание контекста предложения. Не менее значимым является и необходимость подбора верного способа перевода. Существует несколько методов перевода компьютерной терминологии. Например, *транслитерация*.

Транслитерация - это написание методом передачи букв одного алфавита буквами другого алфавита (disk- диск, monitor - монитор, server - сервер).

Второй метод - *калькирование*. Калькирование - буквальный перевод иностранных слов и фраз путем копирования данных букв. (data block – блок данных, filesystem – файловая система, mainframe computers – универсальные компьютеры).

Также существует такой вид перевода, как *описательный перевод*.

Описательный перевод - это тип перевода иноязычных слов, в которых нет точных аналогов переводимого выражения, поэтому применяются близкие по значению замены и объяснения слова или фразы. Данный прием используют, когда в переводе отсутствует эквивалент. (software - программное обеспечение).

А использование транскрибирования компьютерных терминов способствует точности их наименования, так как при переводе с английского на русский увеличивается речевой код. Например, английский термин «display» означает: 1) режим работы с выводом на дисплей 2) режим визуального отображения 3) экранный режим.

Основной объем компьютерной лексики полностью отсутствует в русском языке: веб-сайт (англ. Web-site), анти-вирус (англ. anti-virus), интернет (англ. Internet)). Компьютерный язык является языком естественно - искусственного происхождения. Как естественный язык он проявляет признаки целостности и принципы самосохранения национального языка. Как искусственная система - использует принцип необходимости и достаточности. Влияние, например, русской грамматики на компьютерный язык придаёт ему своеобразие менталитета русскоязычного человека и приводит к специфике русской компьютерной терминологии.

Как мы знаем, одной из главных задач студента-переводчика – выбрать способ перевода, опираясь на контекст, чтобы точно передать смысл и значение каждого термина, так как от этого зависит правильность и адекватность перевода ИТ-терминологии, а также, понимание всего текста.

Если начать приводить примеры компьютерных терминов, то можно понять, что в 21 веке таких слов огромное количество. Однако рассмотрим ИТ-словарь с наиболее часто встречающимися терминами и определениями в сфере инновационных компьютерных технологий:

Блокчейн (blockchain)-цифровой способ хранения информации, позволяющий разным людям всегда знать, что именно хранится, когда, кто и какую информацию изменил, переместил или добавил.

Слово «blockchain» в буквальном смысле означает «цепочка блоков». Любое изменение информации в блокчейне приведет к созданию нового блока, который намертво «цепляется» к предыдущим звеньям. И каждое звено после создания уже невозможно изменить.

В виде блокчайна могут существовать информационные системы всевозможного назначения. Если это, к примеру, реестр недвижимости, то в нем без всяких ограничений можно будет узнавать историю владения любым объектом, включенным реестр. При этом ничего нельзя будет сделать задним числом, а любые попытки изменить записи будут прозрачными для всех.

Важное свойство информации, хранящейся по принципу блокчайна, — она не хранится где-то в одном конкретном месте, а фрагментами или полностью размещена на компьютерах большого количества людей, многократно дублируясь. То есть информацию в блокчейне нельзя взять и удалить.

Фолксономия (folksonomy)-вид классификации объектов. Это ручная сортировка информации, которой сообща занимается группа людей. В основном, это о классификации в интернете.

Популярный сайт, на котором применена фолксономия, — фотохостинг «Flickr». Здесь пользователи выгружают свои фотографии, отмечая их тегами. Тег каждой фотографии может поставить любой человек, зарегистрировавшийся на сайте.

Искусственная нейронная сеть (artificial neural network, ANN)

Это искусственный аналог биологической нейронной сети, который позволяет автоматизировать решение многих задач. Именно с искусственными нейросетями сегодня связано большинство достижений искусственного интеллекта.

Первая простейшая искусственная нейронная сеть появилась в 1960 году.

Вообще, искусственная нейросеть — это особый вид компьютерной программы, и работает такая программа, соответственно, на одном или нескольких компьютерах.

Самое интересное свойство искусственной нейросети — ее обучаемость. Если задача программы состоит в том, чтобы отличать на фотографиях женщин от мужчин, то через искусственную нейросеть нужно «пропустить» как можно больше разных изображений, подсказывая правильный ответ.

В процессе такого «натаскивания» внутри нейросети формируются все более точные алгоритмы определения пола человека по его изображению — это происходит в полуавтоматическом режиме, сеть учится на своих ошибках.

Автокодировщик (autoencoder, AE)

Это особый тип неконтролируемой искусственной нейронной сети, которая обеспечивает сжатие и другие функции в области машинного обучения.

Простейшая архитектура автокодировщика — сеть прямого распространения, без обратных связей, содержащая входной слой, промежуточный слой и выходной слой. Основной принцип работы и обучения сети автокодировщика — получить на выходном слое отклик, наиболее близкий к входному.

Технические термины

Access Control List — список управления доступом. То есть данным списком управлять может только определенный человек/круг лиц.

Agile Software Development — гибкая разработка программ (ориентированная на простоту внесения изменений) или быстрая разработка программного обеспечения (адаптивная разработка).

Это как достройка судна в рейсе. То есть, держаться на воде уже можно: есть корпус, а то и мачта. И судно не достраивают, а сразу спускают со стапелей и доводят до ума уже в рейсе. Так сразу выясняется, что важнее всего и на чем нужно сосредоточиться.

Back End — серверное приложение (часть) или программное обеспечение для выполнения конечной стадии процесса.

Это как подземная часть города. Сверху все обычно: здания HTML, соборы CSS, офисные кварталы Javascript. А под землей — то, что позволяет городу исправно функционировать: замысловатая сеть веб-серверов, приложений и баз данных. Программное обеспечение для решения неочевидной для пользователя задачи.

Backdoor — лазейка. То есть путь обхода системы защиты.

Это когда, например, строитель сделал дубликат ключа от вашей двери. Даже самые надежные замки не помешают ему войти. А может, и передать ключ кому-то еще.

Bandwidth — пропускная способность, диапазон частот; полоса пропускания (например, канала связи).

Например, тыловой канал системы «Dolby Surround» имеет диапазон частот 100 Гц - 7 кГц. Этот канал пропускает частоты от 1-10 Гц (низкие частоты) до 7 кГц (нижние высокие частоты).

Big Data — разнообразные большие данные с внушающим объемом информации.

Bug — ошибка в программе.

Cookie — файл cookie, который используются веб-серверами для различения пользователей и сохранения данных о них.

Dark Web — темный Интернет — сегмент Всемирной паутины, куда можно попасть лишь с помощью специального ПО, сохраняя там полную анонимность. Этот сайт нужен для совершения купли-продажи нелегальных товаров (например, оружия или наркотиков) и услуг, негласного обмена информацией.

Data Bleed — утечка данных. В целом, утечка данных происходит, когда нет прозрачности в использовании данных или когда передача данных происходит без прямого разрешения пользователя.

De-identification — деидентификация, удаление персональных данных (идентификационной информации).

Doxing — доксинг, сбор и распространение раскрытие, обнародование, публикация чьих-либо личных данных в Интернете без согласия этого лица.

Encryption — шифрование, засекречивание.

Это может относиться и к шифрованию разных базовых транзакций в Интернете — от банковских операций и торговли до пересылки личной информации.

Без надежного шифрования Интернет недееспособен.

Front End — интерфейсная часть клиент-серверного приложения (клиентский компонент). Всё, что браузер показывает и запускает на экране.

Least Mean Square (LMS) — алгоритм минимальной среднеквадратичной ошибки.

Это тип фильтра, используемый в машинных процессах, который использует стохастический градиентный спуск сложными способами — профессионалы описывают его как адаптивный фильтр, который помогает выполнять обработку сигналов различными способами.

Open Source — открытые исходные тексты.

Принцип, заключающийся в том, что исходный код разрабатываемой системы должен свободно и бесплатно предоставляться всем желающим её усовершенствовать. Полученные усовершенствования тоже должны быть доступны всем бесплатно.

В настоящий момент не существует специального переводного словаря компьютерной терминологии, который бы предназначался для всех людей, даже тех, кто не знаком с ИТ сферой. Создание такого словаря поможет многим специалистам лучше понимать и правильнее использовать компьютерную лексику, сделать ее перевод более точным и доступным для людей из всех слоев общества и сфер деятельности, также, расширить кругозор читателей/пользователей в области компьютерных технологий. Следовательно, комплексное изучение языка сферы компьютерных технологий, а также пример англо-русского словаря, помогает продемонстрировать различные методы перевода исследуемых языков и углубленно изучить существующую взаимосвязь оригинала и перевода самих компьютерных терминов. Помимо вышеперечисленного, очень важно быть компетентным специалистом. К ИТ-переводчикам предъявляются повышенные требования. Помимо переводческого профессионализма в одной из областей ИТ, переводчик должен обладать рвением к работе, неподдельным интересом к инновациям и постоянной готовностью повышать свою квалификацию и мастерство.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеева Л.М. «Лингвистика термина». Лексикология. Терминоведение. Стилистика. Сборник научных трудов. Москва-Рязань;
2. Бабалова Г.Г. Системно аспектуальное функционирование компьютерной терминологии. Дис. докт. филол. наук. - М.;
3. Алексеева Л. М. Проблемы термина и терминообразования : учеб. пособие по спецкурсу. Пермь: Изд-во Перм. гос. ун-та, 1998;
4. <https://studfile.net/preview/5610832/page:11/>

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА НАУЧНЫХ ТЕКСТОВ

Наука – является неотъемлемой частью нашей жизни и люди интересуются и изучают эту сферу все больше и больше. В связи с этим, могут быть и проблемы с нахождением информации и с переводом текстов этой сферы. В статье рассматривается общая информация про науку, научные тексты, и перевод этих текстов с английского на русский и перевод терминов.

Ключевые слова: научные тексты, термины, научные статьи, перевод.

Mannapova Madina

Undergraduate of Ablaikhan KazUIRandWL,

5B020700 – Translation studies

Almaty, Kazakhstan

madimannap@gmail.com

SPECIFICITY OF TRANSLATING SCIENTIFIC TEXTS

Science is a crucial part of our life and people getting interested in this field even more, so there might be some difficulties with finding an information about the science and with translating the text of this field. The article deals with the general information about the science, translating scientific texts from English into Russian and translating the terms of this field.

Keywords: scientific texts, terms, scientific articles, translation.

In the modern world of globalization and intercultural communication expansion of international relations, financial and economic relations between countries, strengthening of integration of European states and the whole world, development of science and technology, constant exchange of scientific and technical information increases the importance of a foreign language as an effective factor of scientific, technical and economical progress, as a means of oral and written communication between different people and cultures [5, c.423]. The modern era of scientific and technological transformation covers all aspects of modern society and in the changed economic conditions with the highest level of modern technology there is a particular need for professionals - interpreters with practical skills in the translation of scientific texts relating to various fields of knowledge, therefore the need for such professionals is of particular relevance.

Thanks to modern technology, especially the means of communication that help scientists from all over the world instantly exchange information and conduct joint research, modern science has achieved phenomenal results. Under such conditions, the need for high-quality translation of scientific literature has increased considerably.

Scientific style has a number of features that distinguish it from other functional styles - regarding these features in linguistics there are many ambiguous interpretations. So, I.R. Halperin believes that the texts of scientific style are characterized by impartiality logicality argumentative quality, which do not leave room for subjective and evaluative modality. Translation of scientific texts must be adequacy, informative, logical and clear [7, c. 459]. In order for the translation of a scientific and technical text to be adequate and equivalent, i.e. Qualitative the translator must have general and specific skills, abilities and the following knowledge: theoretical - about phonetic, lexical and grammar structure of a foreign language like lexical units, grammar rules, word-building; practical - about peculiarities of translation of scientific and technical texts : types of translation transformations and correspondences; linguistic practical knowledge (translation methods: transliteration, calibration, substitutions, permutations, additions, omissions, methods of descriptive and antonymic translation); extra-linguistic knowledge (possession of sufficient information to translate a specialized text), necessary in the process of translating the text and constructing meaningful and adequate sentences in the target language[1, c. 130]. A translator of scientific literature should constantly improve their vocabulary, understand the terms and know their meaning.

Scientific style in any language implies the use of certain lexical and grammatical language material. Consequently, scientific translation, for example, from Russian to English will require the translator to correlate grammatical constructions and lexical material of one language with another, taking into account the features

of scientific style in general. Translating scientific texts into English is a challenging task that requires both excellent Russian and English language skills, and a good grasp of the subject matter of the scientific text. Moreover, translation of scientific articles requires the translator to know the structure and design rules of the article in the original language and the language of translation [4, c. 203].

The main purpose is to make the translation as informationally accurate as possible: when translating a scientific article, the translator strives to eliminate the possibility of arbitrary interpretation of the text being translated. He cannot afford to make a mistake when translating a term or any other word used in its specific meaning. Thus, when translating a scientific text, one must be aware of the issues at hand, have a thorough knowledge of the terminology and its specific usage.

Purposes of translating scientific articles:

1. Obligatory knowledge of the specific features of science and the requirements for the interpretation of the information presented in the printed edition. Understanding of the technical basics of the design of the text in the language of the original and the reader.
2. Ability to select an equivalent of words that corresponds to their meaning. Giving words and phrases meanings which, without distortion, convey the main meaning of a statement, without expanding into related areas. The translator must additionally be able to create a glossary that accurately explains the meaning of words.
3. The choice is between using semantic tracing, where the word takes on a new meaning, or structural tracing, where the external form of the text is borrowed and a literal explanation is given.

Authors of scientific works avoid using these expressive means so as not to violate the basic principle of scientific and technical language - accuracy and clarity of thought.

A scientific text seems a little bit dry, devoid of elements of emotional coloring. However, it should be noted that for all its stylistic remoteness from the living spoken language, which is rich in expressive means, scientific text includes a number of more or less neutral coloring of the phraseological combinations, for example: in English-the wire is dead and the translatin of it will be провод отключен

This, while not depriving the text of accuracy, gives it variety. In terms of vocabulary composition, the main feature of the text is the maximum saturation of special terminology, typical for this branch of knowledge. A term is a word (word combination) that conveys the exact name and description of a certain concept relating to this or that field. Terminological vocabulary provides the most accurate, clear and economical presentation of the content of the subject and provides a proper understanding of the essence of the treated issue. In special literature, terms carry the main load.

The most difficult part of translating scientific texts is terms. It is not uncommon for researchers to introduce new words, use polysemous word combinations, and supplement concepts in every possible way. That is why it is important to work with dictionaries and consult specialists.

According to the site of science publishers "Shibak", among the lexical features of scientific texts following.

1. Unambiguity. Words and terms should be interpreted in a single meaning.
2. Accuracy. A translator must "work through" a text before he starts to translate it. His job is to translate the original as accurately as possible, which is not synonymous with "word-for-word".
3. Without distortion. A translator must not translate in a loose form, far from the original, distort the meaning, add their own additions or comments.
4. Constant phraseological units. Constant phrases must be translated as others have done before. If you find the term compound sentence in the text, do not reinvent the wheel, and translate it as "compound sentence".
5. Scientific style of speech. It is important to avoid emotionally coloured words, interjections, lower-case expressions or slang vocabulary. If such elements are present in the source text, the translator must correct this.

A translator must develop his or her sense of language, improve his or her skills by working extensively with scholarly texts, building his or her specialization. In scientific style it is customary to use constructions that emphasize the logical relationship between the parts of a general statement, for example: so , finally, as well as specific linking constructions, for example: "consider the following example," , "further note" , "let's move on to the next part".

Terminology is the core of the scientific style, the last, most inner circle, the leading, most essential feature of the language of science. It is possible to say that the term embodies the main features of scientific style and extremely corresponds to the tasks of scientific communication. As I.V. Arnold says, the most striking but not

the only feature of this style is the use of special terminology. Each branch of science develops its terminology in accordance with the subject and method of its work. Without adequate translation of terms, translation of technical and scientific text does not fulfill its purpose. To achieve this adequacy, certain conditions must be met that depend on both consideration of the attributes of the term and compliance with the regularities of translating a special text. These conditions are divided into general, determined by the characteristics of the term itself, the specificity of the source and target languages and the rules for comparing the two languages, and private, determined by the characteristics of the type and genre of the text to be translated and the characteristics of a particular term in it[5, c. 424].

First of all, there are three general conditions for an adequate translation of terms. First, there must be an adequate translation of the individual terms of a particular text. Secondly, each translated term must be checked in terms of the terminology systems that appear in the source and target languages, which serve to designate the term system of a particular science, field of knowledge, technology, etc. Thirdly, the differences in terms determined by the specifics of thought transmission in each of these languages must be taken into account.

There are 4 main methods of translating scientific article terms:

Calque – e.g. :low-noise engine – малошумовой двигатель

Transliteration – e.g. : laser – лазер;

Descriptive translation- e.g. :computer - электронно-вычислительная машина.

Transcription – e.g.: Mansion & House – Мэншин и Хаус

Structurally, all terms can be classified as:

- Simple terms like: *glottis, range, strain*.
- Compound terms formed by word compounding. The constituent parts of such a term are often joined with a connecting vowel: *gas + meter = gasometer*
- Word combinations whose components are in an attributive relationship, i.e., one of the components determines the other: *directive current - direct current*
- Abbreviation, i.e. letter abbreviations of word combinations: *SPL = Sound Pressure Level*
- Syllabic abbreviations turned into words in their own right: *radar (radio detection and ranging)*

Analysis of the translation of terms.

Accuracy and reliability of the translation of scientific and technical texts, especially safety regulations or operating instructions for technical equipment, implies great responsibility, because there are always strict limitations, non-compliance with which can lead to injury or even death. Moreover, in the case of incorrect translation of the source text, the entire plant can be shut down if the translator does not understand the specifics and technological processes of the plant.

In this context, let's consider the analysis of the translation of the main components of the lexical composition of the scientific and technical text - these are terms, abbreviations, internationalisms and pseudo-internationalisms. From the grammatical point of view, attributive constructions, participative clauses, and infinitive constructions will be considered further.

Significant difficulties appear in the translation of scientific documentation, when a word has several meanings. It is the translator's professionalism to choose the one which will not distort the meaning of the translation and gives the correct interpretation of the term in a particular technical case. There are situations in which technical terminology can be confusing even for someone with an engineering degree, especially when different technical fields use completely different meanings for the same word. Often, regional semantic differences have to be taken into account as well; the translation of the same term can sound different in different countries.

Translation of terms is a major difficulty faced by translators of scientific and technical literature. The difficulty lies in the fact that terms express special scientific and technical concepts which are not always found in everyday speech. Furthermore, a key feature of terms is their precise literal meaning, which conveys important properties and characteristics of the subject matter. The semantic structure of a term directly correlates with a proper scientific concept[3, c. 28-29].

For example: Coextruded construction prevents bowing of the fuel slugs inside the jacket.

When translating this sentence, difficulties arise with the words slugs and jacket. If we use the direct translation of these words, there definitely will be misunderstanding. There are actually plenty of translation of the word “jacket” but we should use the one that related with scientific field. In Oxford Dictionary this word defined as «an outer cover that protects something», which means «наружноепокрытие, которое защищаетчто-то». In

the Multitran electronic dictionary on “Atomic Energy” we can see the following meanings of this word: “outer shell”, “cover”. To make sure that this technical phenomenon is understood correctly, it is necessary to study the literature on the subject. An explanation of this process is well presented in the paper by G.Y. Merzlikin: “It is known, for example, that during the operation of a reactor, a variety of fission products, including gaseous ones, accumulate in the fuel of its fuel rods, which causes the fuel composition with their accumulation to gradually swell (increase its volume), which causes a large excess pressure inside the fuel rod, creating a threat of rupture of the fuel rod cladding. In terms of this possibility, cylindrical fuel rods are clearly inferior to any other shape: an increase in pressure inside a cylindrical fuel rod always and inevitably creates bursting stresses in its cladding, while in other shapes an increase in volume and internal pressure leads to bending stresses in their cladding.

Accordingly, we conclude that the word “jacket” translates as “shell”.

The other word is “slugs”. Likewise in Oxford Dictionary it means “an elongated, typically rounded piece of metal” which means “удлинённый, обычно округлый кусок металла” in Russian. In the Multitran dictionary, the meaning of the word is “сердечник” and the phrase “fuel slugs” means “топливные стержни”. So, the translation of “fuel slugs” was made by using the **calque** because the translation is from the dictionary and the word jacket was translated by using the differentiation.

So, based on the above analysis, we can translate the main sentence “Coextruded construction prevents bowing of the fuel slugs inside the jacket” as “Соэкструзионная конструкция предотвращает изгиб топливного стержня внутри оболочки”.

The next example is “The intense radiation, high temperatures, and space-material limitations in a reactor core undoubtedly pose the most difficult problems in the application of instrumentation”.

In this sentence we are interested in the phrase “reactor core,” where we need to analyze the word “core”. In the Oxford English Dictionary we can see the following definition: “The central part of a nuclear reactor where atomic fission occurs” which means “Центральная часть ядерного реактора, где происходит расщепление атомов” in Russian. In the Multitrans dictionary we find the following meaning: “активная зона”. That’s why the translation will be: “Интенсивное излучение, высокие температуры, и пространственно-материальные ограничения в активной зоне реактора, несомненно, представляют собой наиболее сложных проблем в установке оборудования” The translation of the term “core” was made by using the **generalization**.

Let’s consider the following example.

The example: “Investigation of the factors affecting crud formation and deposition on fuel-cladding surfaces indicated that deposition is decreased by increasing the pH and decreasing the oxygen content of the coolant”

Here we will consider the word “crud”, whose main meaning in the dictionaries is slang. Therefore, it is necessary to look for a definition related to scientific and technical specialty and in the Oxford English Dictionary we see the following: “an undesirable residue from a process, especially one inside a nuclear reactor”. - “не желательный осадок от процесса, особенно внутри атомного реактора”. By using the **differentiation** we can translate the word crud as “осадки”

Thus, the translation of the sentence will look like this:

“Исследование факторов, влияющих на формирование продуктов коррозии и осадков на топливно-облицовочных поверхностях, показали, что осаждение уменьшается при увеличении рН и уменьшении содержания кислорода в теплоносителе”

Generally, translation of scientific texts is a complex, painstaking and even can be considered as a research work in the field of language and specific specialty. Special scientific dictionaries, reference books, knowledge of grammar, patience and diligence are the major helpers in translation. Translating scientific texts can cause difficulties for the interpreter. The translator’s task is not just simply to convey the main content by accurately translating concepts, but also interpret it all in a language that will be accessible and clear to people who have nothing to do with scientific activities.

One of the most important requirement for a scientific translator is to convey clearly and concisely the meaning of the text and the terminology used in it, avoiding any distortions. At present, according to the specialists words, in connection with the creation of information retrieval systems, work is underway to normalize the terminology of a number of branches of science and technology. Also, today there is an increasing need for international coordination of terminological activities, there is a desire to unify terminological vocabulary in different languages, which will certainly facilitate the work of the translator of scientific texts in the future.

REFERENCES

1. Колесникова Н. Е. Что важно знать о языке и стиле научных текстов // Высшее образование в России. 2010. С. 130–137.
2. Хомутова Т.Н. Научный текст: интегральный подход лексики / Т.Н. Хомутова // Язык и культура, 2010 С. 37-41.
3. Гореликова С.Н. Природа термина и некоторые особенности терминообразования в английском языке // 2002 С 26-33
4. Хоменко С.А. Основы теории и практики перевода научно-технического текста с английского языка на русский/ С.А. Хоменко, Е.Е. Цветкова, И.М. Басовец. – 2013. – С. 203
5. Климзо, Б.Н. О переводе периодической научно-технической литературы с английского языка на русский / Б.Н. Климзо// Мосты. – 2011. – С.3-8
6. www.multitran.ru Электронный ресурс – (дата обращения 18.01.2021)
7. GalperinA.I. Очерки по стилистике английского языка / А.И. Гальперин. – М. : Просвещение. – 1999. – С. 459

УДК 94(560):355.48

Матаева А.,
КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «5B020700-Переводческое дело»
Алматы, Казахстан
e-mail: anelyam50@gmail.com

СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА ТУРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

В связи с развитием сферы туризма статья посвящена лингвокультурологическим исследованиям туристических текстов. Поскольку количество туристов во многих странах растет, возникают определенные трудности по переводу в этой сфере.

В целом, в ходе исследования были выявлены и проанализированы переводческие ошибки и упущения. Предложены общие для перевода туристических текстов стратегии перевода, ориентированные на потенциального адресата, минимизирующие потерю значимой информации, выбор стилистически и лексически правильных эквивалентов для перевода.

Ключевые слова: туристический дискурс; переводческие стратегии; трансформация перевода; эквивалент на изучаемом языке, лингвистической культуре, веб-сайте.

Matayeva A.,
Undergraduate of Orientalism of Ablaikhan
KazUIRandWL,
majority -5B020700 – translation studies
Almaty, Kazakhstan
e-mail: anelyam50@gmail.com

TRANSLATION STRATEGIES OF TOURISM DISCOURSE TEXT FROM ENGLISH INTO RUSSIAN

According to developing of tourism sphere, the article is dedicated to researches of linguacultural studies of tourism texts. Since the number of tourists in many countries are growing, there are arise definite issues for translation in this area.

As a total the research revealed and analyzed translation errors and omissions. There have been proposed translation strategies common for translation of tourism texts which are focused on the potential addressee, minimizing loss of meaningful information, selection of stylistically and lexically correct equivalents for translation.

Keywords: Tourism discourse; translation strategies; translation transformation; equivalent in the target language, linguistic culture, website.

The modern world is characterized by interaction, communication and learning new things. Therefore tourism is one of the main ways of socialization and acquaintance with new cultures, learning different countries history. Each nation has its own traditions and customs, due to that each state has travel agencies. And each of them strives to help people expand their horizons in knowing new places. At the same time, each state aims to increase the number of foreign tourists, because in this way they help to spread their culture, talking about its personality and cultural characteristics. Thus making it more durable and to benefit economically from it.

For the first time, when tourists come to another country, they must find a place to stay. A variety of hotels and hostels do an excellent job of this, ranging from business hotels to economy hotels to presidential five-star hotels. Therefore today it is very important for each hotel to have its own multilingual website, which will provide detailed information about hotel's rating, services and room rates.

According to various studies, approximately 180 million people are involved in tourism business, which is more than 10 percent of the total number of people working around the world. [1, p.198] This kind of embracing

of tourism industry stimulated the emergence of linguistic studies of tourism discourse as an independent type of speech activity.

Many researchers believe that tourism discourse is “a special division of advertising discourse, uniting different types of tourism advertising and aimed at the promotion and positioning of tourist services with the support of argumentation strategies, which have a comparatively linguocognitive feature”[2, p.23]. According to S. A. Pogodaeva, “the functional characteristics of tourism discourse include: informativeness, evaluativeness, stimulus, persuasiveness.[3, p.121]” Russian philologists in their analysis highlight that “tourism discourse has a conversational style, which allows to achieve a more trusting atmosphere and close tone of communication; includes intercultural communication, so tourism texts represent a certain, peculiar environment, where the formed ideas and images concerning national character of different nations are cultivated and reflected.”[4, p.161]

Both domestic and foreign linguists in recent years have been actively studied the linguistic characteristics and features of translation in tourism discourse. Such research seems relevant because the results of linguistic analysis of multi-lingual tourism resources can be taken into account by their compilers and developers, which will contribute to improving the quality of provision of information about a particular tourism service, city, object. This will lead to greater attractiveness of tourists and, on top of that, an increase in economic profits.

The modern world cannot do without the Internet. Likewise, for tourists, the Internet is the fastest and best method for searching a place to stay, entertainment or attractions of the country you want to visit. Visitor studies all the information on the websites of hotels, for example, and in order to attract a foreign guest to your hotel, the text must be informative, attractive and still concise. In addition to the bright design of the site and its technical component, it is also important to apply different language forms in your content. Experience shows that the majority of hotels targeting foreign tourists do not have multi-lingual function in their websites. Consequently, the risk of losing potential customers increases because the tourist does not know a foreign language or poor knowledge of it.

Tourism discourse is the communication of people who do not belong to a particular linguistic group or community of people. However, the communicators have a clear picture of the stylistic genre of tourism discourse, furthermore about the organizations and the way of receiving and transmitting information.

An important point to consider when identifying the characteristics of tourism discourse is the type of communicators involved in situations representing the sphere of tourism business. The participants of the communication are, on the one hand, the general population, considered as real and potential tourists, and, on the other hand, various tourism industry organizations such as travel companies and agencies, air and railway ticket offices, guides and guides-interpreters agencies, service workers, etc.[5, p.80-86]

The specific features of the sphere of functioning of tourism discourse considered above give grounds to define its typological status as follows: first, tourism discourse is undoubtedly an institutional category, as it is used predominantly in situations of communication in which at least one party represents a social and economic institution carrying out its activities within the framework of tourism business like management, marketing, financial flows, personnel policy, public relations, media resources, cultural and art institutions of different countries, state, legal, social, environmental organizations.

And second, entering the space of institutional discourse, tourism discourse can be referred to the varieties of business discourse, as its attributive features are distinctly official (participants of communication are in official relations with each other, when both or one of the parties perform specific professional functions), status (relations involve social distance), presence of business problem, certainty in time and place, normativity of communicative behavior, etiquette, tonality, in the case of communication of representatives of organizations - formality, neutrality, etiquette; when communicating with traveler - emotionality, evaluability, trustworthiness, deliberate transition to friendly relations, psychological impact, etc.

During translation of tourism websites is not a machine translation. It requires particular localization and adequate transmitting of information with a language peculiarity. Primarily, it is highlighting an important parts of information, elimination of extra information and last but not least is conveying the same emotions and impression which is peculiar with tourism discourse texts.

In order to consider various grammatical, lexical or cultural differences there was used material from the US hotel website. [6, URL]

ORIGINAL

The Kimpton Muse Hotel

Stay in the heart of New York – Excellent location - show map

One of our bestsellers in New York!

This 4-star hotel located in Manhattan's theater district is 650 m from Rockefeller Center. The boutique

hotel is eco-friendly. It features a state-of-the-art fitness centre and rooms with a 37-inch flat-screen TV.

The Kimpton Muse Hotel offers rooms equipped with a fully stocked minibar and a work desk. Guests can also arrange for in-room spa services.

The Kimpton Muse Hotel provides concierge and business services. Free newspapers and an evening wine hour from 17:00 - 18:00 daily are offered in the lobby living room. The award-winning Muse Bar is next to the hotel.

The Kimpton Muse is only within 1 km of Central Park and Radio City Music Hall. Times Square is also within walking distance and the Jacob K Javits Convention Center is 2.7 km away.

This is our guests' favourite part of New York, according to independent reviews.

Couples particularly like the location — they rated it 9.3 for a two-person trip.

We speak your language!

The translation of tourism text was taken from the same website; it appears after choosing a relevant language.

TRANSLATION

Нью-Йорк — остановитесь в самом центре – Великолепное расположение — показать на карте
Хит продаж в Нью-Йорке!

Четырехзвездочный отель расположен в театральном районе Манхэттена, в 650 метрах от Рокфеллеровского центра. К услугам гостей экологически чистого бутик-отеля номера с телевизором с плоским 37-дюймовым экраном. Также в числе удобств ультрасовременный фитнес-центр.

В номерах отеля The Kimpton Muse с полностью укомплектованным мини-баром установлен рабочий стол. Гости могут заказать спа-услуги в номер.

В отеле The Kimpton Muse предлагаются услуги консьержа и услуги бизнес-центра. В лобби-лаундже проводится вечерний «винный час» (ежедневно с 17:00 до 18:00) и предоставляются бесплатные газеты. Рядом с отелем работает превосходный бар Muse.

Расстояние от отеля The Kimpton Muse до Центрального парка и театрально-концертного зала Радио-сити составляет всего 1 км. Прогулка до площади Таймс-сквер занимает несколько минут, а до конференц-центра имени Джейкоба Джейвита — 2,7 км.

Это любимая часть города Нью-Йорк среди наших гостей согласно независимым отзывам.

Парам особенно нравится расположение — они оценили проживание в этом районе для поездки вдвоем на 9.3.

Мы говорим на вашем языке!

In general, the translation provides the same mood, emotions and a similar impression to reader, however, I would like to make some more detailed analysis of this two text. Recognize, what translation techniques and transformations were used, and identify some strategies.

ANALYSIS

Text uses a lot of topical vocabulary in its translation, such as: *4-star hotel, state-of-the-art fitness center, rooms, fully stocked minibar, spa services, lobby living room, walking distance, rated*. Since there are equivalents of words in Russian, the translator was able to transfer all the words from the original text without losing their informative value: Четырехзвездочный отель, ультрасовременный фитнес-центр, номера, полностью укомплектованным мини-баром, спа-услуги, лобби-лаундже, Прогулка до площади занимает несколько минут, оценили. In addition to determining the appropriate counterparts in Russian, the translator also used well-known translational transformations. For example, we will notice that in the first sentence the **word order change** was used. To highlight the city itself as the main virtue of the country. *Stay in the heart of New York* -Нью-Йорк — остановитесь в самом центре. At the same time, there used **grammatical substitution** in Russian were added grammatical unit in the first sentence in order to convey its similar meaning: *show map* - показать на карте. In the second sentence of the source text, the translator also used a **change of word order** technique associated with the syntactic peculiarities of the translated language. In the following sentences we see both the **portioning and integration of sentences** and **changes in the order of sentences** at once. *The boutique hotel is eco-friendly. It features a state-of-the-art fitness centre and rooms with a 37-inch flat-screen TV.* К услугам гостей экологически чистого бутик-отеля номера с телевизором с плоским 37-дюймовым экраном. Также в числе удобств ультрасовременный фитнес-центр. The word *minibar* was transmitted by **transliteration** мини-бар. It was notable for the translation of the phrases *fully stocked minibar* using **modulation**, which resulted in полностью укомплектованным

мини-баром. I also would like to highlight the translation of the sentence *The Award-winning Muse Bar is next to the hotel* - Рядом с отелем работает превосходный бар *Muse*. In this one, the translator used methods such as **changing the word order** and **concretization**. We can also notice that the name of the hotel itself is not translated or transliterated, but remains unchanged *The Kimpton Muse-The Kimpton Muse*. Wine hour from 17:00 - 18:00 - «винный час» (ежедневно с 17:00 до 18:00) paying attention to this sentence, we can notice that in Russian we often use **punctuation marks like “”, or ()**, which indicate that this information is not the main, but secondary on in contrast.

In general, as we can notice the translation is slightly longer than the original, which emphasizes the peculiarities of both languages, but still, it fully meets the standards of a quality translation. Communicative norms, expressiveness and informative text in the translation are preserved. I also note that the translator paid attention to syntax, because, thanks to the correctness of the sentence structure information can be fully accepted.

Translators strategies also should be considered. For the first time about the concept of translation strategies said H. Krings. He proposed to understand translation strategies as potentially conscious plans of a translator, aimed at solving a specific translation problem. H. Krings distinguishes between macro strategy - methods of solving a number of translation problems and micro strategy - methods of solving one problem. From the point of view of macrostrategy in the translation process the author notes three stages: pre-translation analysis, translation itself and post-translation processing of the text [8, p. 80 - 82].

Thus, the strategy of the translation strategy means nothing more than the algorithm of the translator's actions, which he deliberately developed experimentally. The strategy is aimed at creating a product, which in this case is the translated text, while the professional ethics of the translator must be taken into account.

REFERENCES

1. Mikhaylov N.N. English for the directions “Service” and “Tourism”. Moscow: Academy, 2011. 198 p
2. Tyuleneva, 2008, p. 23
3. Pogodaeva, 2008, p. 121
4. Sakaeva, Bazarova, 2014, p. 161
5. Аликина Е. Ю. Особенности функционирования метафоры в туристическом дискурсе // Вестник Пермского университета. 2010. Вып. 4. С. 80-86.
6. URL: Priceline.com
7. Нагорный И.А., Шевцов В.А. Рациональный тип речевых тактик в туристическом дискурсе // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. Т. 17. № 6. С. 13-19.
8. H.P Krings p. 80 - 82

УДК (81-26): 347.78.034

Merekenev D.

Student of Ablai khan KazUIRandWL

Specialty «B036-Translation Studies»

Almaty, Kazakhstan

e-mail: merekenev@list.ru

Scientific supervisor: MA Baidildayeva A.K

SUBTLETIES OF TRANSLATION

The article examines and sets out some translation rules. Standards and etiquette of translation, which seemed to the author the most important in translation studies. What, in the subjective opinion, ethical boundaries are set in the process of work —you can explore the author's opinion below.

Key words: formalism, the sense of the text, the values of translation.

Мерекенев Д.

студент КазУМОиМЯ имени Абылай хана

Факультет Перевода и Филологии

Алматы, Казахстан

e-mail: merekenev@list.ru

Научный руководитель: м.г.н. Байдилдаева А.К.

ТОНКОСТИ ПЕРЕВОДА

В статье изучены и изложены некоторые правила перевода. Стандарты и этикет перевода, которые показались автору наиболее важными в переводоведении. Какие, на субъективный взгляд, поставлены этические границы в процессе работы, —вы можете узнать мнение автора ниже.

Ключевые слова: формализм, ощущение текста, ценности перевода

Часто в начальных этапах изучения английского языка, к примеру, можно слышать от себя и от других: \перевод\ more knowledgeable—более ученный; а также быстрее—more faster. Если первый перевод корректен, то второй вызывает вопрос. Как можно вывести из наблюдения за языком, параллельные структуры грамматики действуют по-разному. Это и рождает понятие “исключения из правил”. Для носителя же родного языка определенные языковые правила будто впитываются к ним врожденно. Это и, наверное, создает одно из золотых правил переводчика—нет буквализму. Я встречал это в нескольких языках, не относящихся к одной семейной группе. Оно и доказывает теорему, гласящую что нельзя переводить буквально.

Тонкость в именах собственных¹. Например, в немецком все они пишутся с прописной буквы, в арабском—никакие. Приведу отрывок из статьи; посмотрим, что над чем стоит *поефлексировать*.

THE INSTITUTE OF THE ARAB WORLD IS A MODERN GLASS AND METAL BUILDING LOCATED IN THE LATIN QUARTER OF THE FIFTH ARRONDISSEMENT OF PARIS. NEARBY METRO STATIONS ARE “JUSSIEU” (JUSSIEU) AND “CARDINAL LEMOINE” (CARDINAL LEMOINE). [1]

В английском насколько знаю это правило идентично с казахским. Но указываю на локацию в тексте переводчик как бы воссоздет структуру места на бумаге; если бы слово “округ” написали бы на английском с маленькой буквы, то это не было бы ошибкой. Однако это слово подстроилось под остальные имена собственные. Получается так переводчик избежал монотонности текста, придав ей плавность.

\сравнить\

THE INSTITUTE OF THE ARAB WORLD IS A MODERN GLASS AND METAL BUILDING LOCATED IN THE LATIN QUARTER OF THE FIFTH ARRONDISSEMENT OF PARIS. NEARBY METRO STATIONS ARE “JUSSIEU” (JUSSIEU) AND “CARDINAL LEMOINE” (CARDINAL LEMOINE).

²Чувство вкуса языка. Перевод фразеологизмов или идиом. Я выбрал одну пословицу, попробую перевести ее на англ.

ЕРЕГЕСКЕН ЕЛ БОЛМАЙДЫ, ЕСЕПТЕСКЕН ДОС БОЛМАЙДЫ.

|||

There is no calculation between friends.

Я избежал нагромождение слов, передав лишь главную мысль пословицы, ведь в оригинале первое утверждение лишь несет в себе лишь усилительный характер. Но однако краткость утверждение на англ.-ом, по-моему, возвращает идею ее усиление. В арабской риторике это называлось бы кажется ”غاب”. При переводе текста также учитываются, по-моему, мнению: аллитерация слов и палиндромы, глубина и красота письменного рельефа. Язык универсальная вещь. Но все же владение им искусно в любой форме считается призванием. По божьей милости подбор слов становиться легче, это и в правду дар.

Адаптация³. Таким образом мы подошли к классификации языком на



Когда я смотрю футбол, то иногда задумываюсь над фамилиями произнесенными комментаторами и мной. Дело в произношении. Указывая на фамилии важно максимально точно передать произношение посредством транслитерации. Комментаторы воспроизводят не родные для них звуки постоянно. Глобализованный мир! Например,

Solskjaer - ['ʊ:lə 'gʌn:ar 'sū:lʃæ:r]. Это напоминает мне немецкую букву Z и привыканье в дальнейшем к новой парадигме. Данная буква читается как ”цет”. Для владеющих этим языком возможно это очевидно. Но для билингвы или даже мультилингва людей эта хорошая тренировка. Занимательно, что полиглотами могут быть жители разных стран в зависимости от географического, экономического расположения. Интересно бывают ли у них **”Cross-language information retrieval”?** [2]

В последующем *пассаже* я надеюсь еще раз коснуться этой темы, но, а сейчас давайте рассмотрим этот художественный текст от писателя Харуки Мураками.

タクシーのラジオは、FM 放送のクラシック音楽番組を流していた。曲はヤナーチェックの『シンフォニエッタ』。渋滞に巻き込まれたタクシーの中で聴くのにうってつけの音楽とは言えないはずだ。運転手もとくに熱心にその音楽に耳を澄ませているように見えなかつた。中年の運転手は、まるで舳先{へさき}に立つて不吉な潮目を読む老練な漁師のように、前方に途切れなく並んだ車の列を、ただ口を閉ざして見つめていた。青豆{あおまめ}は後部席のシートに深くもたれ、軽く目をつむつて音楽を聴いていた。

ヤナーチェックの『シンフォニエッタ』の冒頭部分を耳にして、これはヤナーチェックの『シンフォニエッタ』だと言い当てられる人が、世間にいったいどれくらいいるだろう。おそらく「とても少ない」と「ほとんどいない」の中間くらいではあるまい。しかし青豆にはなぜかそれができた。 [3]

Мне нравиться его творчество, также я много узнавал о переводчике автора на русский язык (прим. Дмитрий Коваленин). В его двух книгах посвященных твор. эссеиста и новеллиста я открыл очень многое для себя в перспективе переводчика. Переводчик, по сути, уже вступает в территорию художественной лит., что я считаю самой сложной из всех направлений. У текста есть свой ритм, мотив. Я же привык ощущать текст как некую инсталляцию. Даже автор в некоторых своих других произведениях описывает вербальный разговор собеседника как 'он подолгу стоял, будто пробую на вкус и вес мои слова' и на подобии этого. Приведенный текст из начала трилогии /1Q84/ уже с первых строк показывает читателям специфичный авторский монотонный текст. Анализируя работу переводчика могу выделить что: а) пер. пытался подобрать знакомые аналогии. #Footnote. А ведь подбор синонимов одного и того же слова очень важен и дополняет гамму текста.

b) Важно сохранить тон автора а также идею.

Я мог бы продолжить описывать что далее происходит с текстом поразмышлять над гипертекстом и постмодернистскими приемами, но, это уже пространство для отдельного разговора, рассмотрим другой пример.

| DAS GLASPERLENSPIEL | ИГРА В БИСЕР |
|---|---|
| <p>Musik des Weltalls und Musik der Meister Sind wir bereit in Ehrfuhrt anzuhören, Zu reiner Feier die verehrten Geister Vergangener Zeiten zu beschwören.</p> <p>Wir lassen vom Geheimnis uns erheben Der magischen Formelschrift, in deren Bann Das Uferlose, Stürmende, das Leben Zu klaren Gleichnissen gerann.</p> <p>Sternbildern gleich ertönen sie kristallen, In ihrem Dienst ward unsrem Leben Sinn, Und keiner kann aus ihren Kreisen fallen Als nach der heiligen Mitte hin.</p> | <p>Вселенной музыке и старых мастеров В священном трепете готовы мы внимать, Великих гениев угаснувших миров на пир свой заклинанием призвать.</p> <p>Даем мы тайне нас заворожить Волшебных формул, чье предназначенье Мир, бесконечность и неистовство сводить к простым и безыскусственным сравненьям.</p> <p>Они звучат как звезд напев хрустальный, Служенье им – удел наш и доныне, и непрерывен бег наш изначальный по кругу внутрь, к священной середине. [4]</p> |

В сравнении с восточными языками кажется, что романским языкам нужно больше слов для описаний действия или состояния действия. Не переводя прямо, дабы не утяжелять текст переводчика умела перевода чувство от оригинального стихотворения. Поскольку я изучаю немецкий не так долго, не смогу тут расписать грамматические и риторические приемы Г. Гессе или переводчицы, однако скажу лишь что, на слух, передача мысли и чувства с языковыми особенностями прошла на отлично.

Целостность языка⁴. Моя школьная учительница объясняла, нам, ученикам, орфоэпию английского очень забавным способом. Она раскрыла нам взгляд на транслитерацию и в целом транскрипцию, объяснив, что нам как казахам очень легко воспроизводить звуки что есть в английском. И вправду раскрываются все мировые языки: тюркские, арабский, немного восточные и т.д. Отметил я для себя что это благодаря нашим коренным звукам.

(төл дыбыстар) Я хочу подчеркнуть мысль что всё-таки приверженность к одному языку в тексте является хорошим тоном. То есть, как переводчик про себя думаешь что какое-нибудь слово подошло бы здесь, но проблема в том что это совсем другой язык. Лучше всего говорить чисто. Если все же призадуматься, то можно найти замену этому иностранному слову. Да еще это слово может хорошо

вписаться в общую структуру текста. У знаменитой переводчицы Норы Галь есть замечательная книга под названием “Слово живое и мертвое”. Приведу отрывки из книги, параллельно комментируя.

В переводах с английского то и дело встречаешь оборот *все в порядке*. Даже и не в переводе кое-кто пишет: «У меня все *оlрайт*!!! А уж если формалисты это All right переводят, то буквально, совсем не в духе русской речи. *У меня* (со мной) *все в порядке* там, где вернее: *все хорошо (благополучно)*. «*Все в порядке*» пишут всюду, без разбору: и в утешение плачущему ребенку (вместо *ну, ничего, ничего, успокойся, пройдет, все обойдется*), и о человеке – вместо *он жив и здоров*, и о машине – вместо *она в исправности (работает как нельзя лучше)*.

Так сохраняется буква подлинника, но искажается его дух, нарушается искренность речи, верность образа. А ведь нетрудно все это сохранить. [5]

Тут то классифицируя все по назначению, переводчик может добиться большего успеха. Ведь как заключает автор в дальнейшем, формализм есть зло, за текст стоит огромнейшая ответственность перед читателями и автором. Важно не исказить.

И всякий раз переводчику очень важно определить для себя степень свободы, какая допустима в обращении с подлинником.

ПЕРЕСТРАИВАЯ ФРАЗУ ПО-РУССКИ, ВСЕГДА МОЖНО НАЙТИ РАВНОЦЕННУЮ ЗАМЕНУ ЛЮБОМУ (ЗНАЧИМОМУ, А НЕ ВСПОМОГАТЕЛЬНОМУ!) СЛОВУ, ОБРАЗУ, ВЫРАЖЕНИЮ ПОДЛИННИКА. Но вовсе незачем непременно «сдавать слова по счету». Порою для верной интонации, даже для ритма вместо одного слова понадобятся два, иначе фраза окажется оборванной, незавершенной. А иногда вместо трех слов довольно одного. Но это, как правило, свобода в рамках фразы. Как говорится, от точки до точки. Очень редко можно позволить себе разорвать фразу автора или, напротив, слить две воедино. У каждого автора – пусть он не гений, не классик, а самый заурядный рассказчик – своя интонация и свой замысел, своя логика. Нарушать их переводчик не вправе. Но строй прозы должен быть ясен, ясной, естественной должна быть каждая строка. Порядок слов в каждой фразе должен быть непринужденным, чисто русским, пусть она звучит по-русски. Только по-русски – и в переводе тоже, непременно! В переводе – так же, как и в прозе отечественной! [6]

Некоторые слова плотно вошли в язык к нам из других языков. Их можно назвать паразитами. Ведь они встраиваются в речь незаметно, тем самым разрушая язык. С языком могут быть иные метаморфозы. А именно когда слово теряет труднопроизносимые гласные. Спадают мощь и сила слова. Делается это ради удобства, но не скажу, что это однозначно регресс языка. Всего лишь интересное наблюдение.

В заключении хочу проиллюстрировать перевод Абая, взятый от знаменитого баснописца. Тут то и мы скорее всего почувствуем весь колорит родного языка.

Поэт изменил начало придав истории интерес, были вставлены оборот из нашего быта, они лишь трансформировались в наш язык. Были убраны выражения что мы не имеем в языке. Посыл был передан отлично. Можете сравнить.

Абай Құнанбаев

(И. А. Крыловтан)

Тойған есек шөпті оттап маңайдағы
Сонырқап шатқа кетті қай-қайдагы.
Тентіреп өлкені өрлеп келе жатып,
Жолықты бір бұлбұлға тогайдағы.
Сенбісің ақын бұлбұл, жана көрдім,
Атыңа жұрт мақтаған құмар едім.
Бір сайрап берсөң, қалқам, өзім естіп,
Рас па екен жұрттың сөзі, сынар едім.
Өнерге салды бұлбұл сонда аңыратып,
Шыңғырып, шымырлатып, сорғалатып,
Мың түрлі күйге салып толқынады,
Маңайда жан біткенді таңырқатып.
Қой жатыр, қойшы тындал тұрды елбіреп,
Көзіне қып-қызыл бол жас мәлдіреп.
Жел соқпай, құс шуламай, бәрі жым-жырт,
Әнге көніл жіберіп тұрды елжіреп.
Бұлбұл болды, тосып тұр есек сөзін...

[8]

Осел увидел Соловья

И говорит ему: «Послушай-ка, дружище!

Ты, сказывают, петь великий мастерице.

Хотел бы очень я

Сам посудить, твое услышав пенье,

Велико ль подлинно твое уменье?»

Тут Соловей явить свое искусство стал:

Зашелкал, засвистал

На тысячу ладов, тянул, переливался;

То нежно он ослабевал

И томной вдалеке свирелью отдавался,
То мелкой дробью вдруг по роще рассыпался.

Внимало все тогда

Любимцу и певцу Авроры:

Затихли ветерки, замолкли птичек хоры,

И прилегли стада.

Чуть-чуть дыша, пастух им любовался

И только иногда,

Внимая Соловью, пастушке улыбался

Скончал певец... [7]

Автор приходит к выводу, что нужно развивать в себе чувство языка, прекрасно ощущать его тонкости, дабы приблизить человека читающего и пишущего.

Следуя данным критериям, можно прочувствовать ответственность за любой материал. Это помогает становлению профессионала.

ЛИТЕРАТУРА

1. <https://perito-burrito.com/posts/magrib-in-paris>
2. пояснение из вики https://en.wikipedia.org/wiki/Cross-language_information_retrieval
3. Город: Tokyu, год выпуска: 2009, ISBN: 978-4-10-353422-8, издательство: Shinchosha Inc.
4. перевод с нем.: Елена Мюнстер
5. Азбука, ISBN: 978-5-389-09474-1 стр.209
6. Азбука, ISBN: 978-5-389-09474-1 стр.107
7. <https://rustih.ru/ivan-krylov-osyol-i-solovej-basnya/>
8. <https://bilim-all.kz/olen/1360-Esek-pen-bulbul>

УДК 81-25

Mukanova A.

4th year student of Translation Studies of
Ablaikhan KazUIRandWL
Almaty, Kazakhstan
e-mail: amukanova99@gmail.com

LEXICAL-SEMANTIC ASPECTS OF TRANSLATION OF ENGLISH TERMINOLOGY OF CLOTHING AND FASHION

This article describes some of the lexical and semantic aspects of translation of modern English clothing terminology, the americanization of professional vocabulary, nomenclature units of the terminology system and an analysis of its further development. The study made it possible to identify, along with productive methods of term-formation, less productive ones.

Key words: translation, lexical semantics, terminology, aspect, synonym, research, semasiology, onomasiology, fashion and clothing industry.

Муканова А.

студентка 4-го курса КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «5В020700 - Переводческое дело»
Алматы, Казахстан
e-mail: amukanova99@gmail.com

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ ОДЕЖДЫ И МОДЫ

В данной статье анализируются некоторые лексико-семантические аспекты перевода современной английской терминологии одежды, американизация профессиональной лексики, номенклатурные единицы терминосистемы и анализ ее дальнейшего развития. Исследование позволило выявить, наряду с продуктивными способами терминообразования, менее продуктивные.

Ключевые слова: перевод, лексическая семантика, терминология, аспект, синоним, исследование, семасиология, ономасиология, индустрия моды и одежды.

Лексическая семантика представляет собой раздел семантики, где изучаются значение слов и их смысл, а также закономерности в отношениях между словами и их группами. Тем самым, основной единицей лексической семантики является слово.

Лексическая семантика состоит из двух разделов – семасиологии и ономасиологии.

Семасиология – это раздел языкоznания, изучающий значения слов и выражений, а также изменения этих значений.

Например, проводя семасиологический анализ, можно установить, что слово «рука» является многозначным: «верхняя конечность» (пишет левой рукой), «направление или сторона» (по правую руку от тебя), «почерк» (трудно не узнать его руку) и т.д.

В свою очередь, ономасиология изучает наименования и использование различных языковых средств для обозначения внеязыковых объектов. При ономасиологическом анализе главным вопросом

является «как выражается смысл в данном языке?». Например, при обозначении частей человеческого тела в русском языке используется слово «рука» в смысле «верхняя конечность». При этом остальные значения слова нас не интересуют, так как являются нерелевантными.

На данный момент актуальная лексическая семантика является наследницей первозданной лексикологии. Существует ряд вопросов, которые входят в раздел лексикологии, но не являются объектом рассмотрения в лексической семантике: во-первых, является ли слово отдельной единицей языка в отличие от морфемы либо словосочетания. Во-вторых, нюансы стратификации системы языка.

В соответствии с Кобозевой [1], главное отличие современной лексической семантики от традиционной состоит в том, что описание значений слов понимается как интегральная часть полного описания языка. А полное описание языка, в свою очередь, мыслится как формальное устройство, моделирующее языковое поведение людей, в основе которого лежат те способности, которые в совокупности можно описать как владение языком.

Языковой знак в значении термина, как считает Лотте Д.С. [2], должен быть однозначен, функционально ограничен, стилистически нейтрален и точен. Идеальный термин, о котором он говорил еще в 30-е годы XX века, имеет лишь одно значение и лишен какой-либо полисемии, стилистической окраски либо синонимии.

Татаринов В.А. [3] утверждает, что к разряду многозначных относятся термины, функционирующие в терминологических значениях в одной отрасли; термины, значения которых находятся между собой в отношениях семантической производности и характеризуются полиденатотивностью и категориальностью своей семантики.

В настоящее время отрасль моды и дизайна одежды является одной из самых быстроразвивающихся благодаря глобализации. Тем самым, для внедрения продукта на рынок моды требуется адаптирование и адекватный перевод терминов и значений, который в дальнейшем поможет продвижению и реализации требуемых задач данной индустрии.

В общих исследованиях английской терминологии одежды отдельное место занимают термины полисемии, так как не все понятия, вернувшиеся в обиход, выражаются новым словом. В профессиональном языке обычно используется уже готовый лексический материал.

Вместе с активным развитием сферы моды, а также разработки и дизайна одежды появляются новые понятия, предметы и термины для них, тем самым осуществляя присутствие полисемии в системе соответствующих терминов. Таким образом, термин **fashion**, например, ранее использовался в значениях фасон, вид, образ. Однако, позже, в XVII веке, когда фасоны выпускаемой одежды начали скоротечно меняться, он приобрел еще значения: мода, стиль.

Достаточно часто выявляются случаи полисемии, когда затрагивается лишь какая-то часть грамматической конструкции терминов. **Oxfords** – кожаные туфли на шнурковке, **oxford** – разновидность сорочки из толстой хлопчатобумажной ткани. Помимо этого, полисемичные термины образуются с помощью расширения либо, наоборот, сужения первозданного значения. Пример: **dress** – одежда, наряд и женское платье; **wardrobe** – гардероб (набор одежды определенного человека) и гардероб (шкаф); **shoes** – туфли и кроссовки/теннисная обувь.

Одним из значимых лексико-семантических аспектов в переводе является синонимия – схожесть смысловых оттенков отдельных терминов. Сфера моды и дизайна одежды яркая, красочная и достаточно многогранная. Обилие синонимов может объясняться тем, что абсолютно всегда важна детализация понятий (текстиля, фасона, модели, цвета, оттенка, отделки, фурнитуры и др.).

Причины возникновения синонимов в английской терминологии одежды и моды весьма различны, однако, в основном это заимствования тех или иных терминов как результат межкультурной коммуникации.

На протяжении многих лет и по сей день Франция является основным ориентиром в мире моды, занимающимся производством одежды высокого качества, а также аксессуаров. По этой причине можно объяснить наличие такого объемного количества заимствованных терминов французского языка в английской терминологии данной сферы.

Синонимические единицы не имеют каких-либо эмоционально-оттеночных или ярко-выраженных стилистических различий. Например: **high fashion** = **haute couture** – высокая мода, **dummy** = **mannequin** – манекен, **low-cut neckline** = **décolletage** – глубокий вырез, декольте.

Термины-синонимы делятся на три группы:

- 1 синонимическое соответствие «слово – словосочетание»; **flared** = **bell-bottomed** – расклешенный;

2 синонимическое соответствие «словосочетание – словосочетание»; **classical suit** = traditional suit – классический костюм;

3 синонимическое соответствие «термин – его краткая форма»; **brassier** = **bra** – бюстгальтер.

Дефиниционная синонимия является семантическим аспектом, где один термин дает значение другому в качестве дефиниции. Например, **petticoat** = underskirt – нижняя юбка, подюбник; **dickey** = false front shirt = манишка, пластрон на мужской рубашке.

Также, некоторые синонимичные термины отличаются легкими оттенками значения: **dress** = **garment** = gown – платье, одежда.

Учитывая особенности терминологии, выделяют также исторические синонимы. Мода является динамичной профессиональной сферой, вследствие чего появляются, исчезают и видоизменяются отдельные единицы терминологического состава индустрии создания одежды. До начала XX века плавание не являлось популярным видом спорта, по этой причине существовала только специальная одежда для купания – **bathing suit**. Далее, с развитием спорта и экстралингвистических аспектов, понадобился другой костюм и термин для него – **swimming suit**. Позже, с течением времени, он был сокращен до **swimsuit**.

Другой семантический аспект, – омонимия – совпадение правописания двух или более единиц, различных по значению. В английской терминологии одежды, как и во многих других терминосистемах, довольно часто распространяется междисциплинарная омонимия: один термин является частью нескольких групп терминологий различных отраслей. Например, слово **train** является частью сразу трех терминосистем:

- терминологии одежды в значении *шлейф платья, трен*;
- спортивной терминологии в значении *тренировать(ся)*;
- терминологии логистики и транспорта в значении *поезд*.

В английской терминологии одежды имеет место и внутриотраслевая омонимия: **lace** – 1. кружево; 2. шнурок для обуви; **fleece** – 1. флис, натуральная или искусственная теплая мягкая ткань; 2. (брит.) куртка из флисового материала.

Из второго примера можно сделать вывод, что существует ассоциативная связь, а граница между полисемией и омонимией условна.

Возвращаясь назад, следует отметить, что некоторые термины содержат в себе как полисемию, так и омонимию: **suit** – 1. в терминологии одежды (сущ.) костюм, комплект одежды, (гл.) подходить по фасону, фигуре; 2. в терминологии юриспруденции процесс, тяжба; **line** – 1. в терминологии одежды (сущ.) коллекция, линия одежды, (гл.) подбивать; 2. в терминологии черчения и конструирования линия, черта.

Исследование выделяет также омографы – совпадающие по написанию, но разнящиеся по значению и звучанию термины: **to sew** [sou] – шить, [sju:] – спускать на воду; **suit** [sju:t] – костюм, [swi:t] – тяжба. Данные словесные единицы являются яркими примерами межотраслевой омонимии.

В связи с американизацией английского языка количество терминов-омонимов автоматически увеличивается. Различные понятия в британском и американском английском может обозначаться одним и тем же термином. Сравнение: **jumper** – (брит.) свитер; (амер.) – широкое отрезное женское платье без рукавов; **vest** – (брит.) майка; (амер.) – жилет.

Особую нишу в терминологии одежды и моды занимают номенклатурные наименования и эпонимы. Согласно исследованиям номенклатурным знаком может являться имя собственное. Помимо этого, обозначается аббревиатурой либо буквенно-цифровым знаком, в то время как эпоним обозначается именем и фамилией автора. Со второй половины XIX века термины-эпонимы заполоняют собой сферу моды, так как дизайнеры начинают широко использовать свои имена в качестве названий тех или иных моделей одежды дабы увековечить свое имя в них и оставить след даже после ухода из индустрии. Наглядными примерами эпонимов являются следующие словосочетания: **Mackintosh** – плащ из непромокаемой ткани; **Chanel suit** – женский костюм-двойка из ткани джерси. Также имеют место быть географически направленные термины: **madras cloth** – индийская хлопчатобумажная ткань в полоску; **Hawaiian shirt** – пестрая рубашка с рисунком в гавайском стиле; **Italian length skirt** – юбка длиной до колена.

Английская терминология одежды и моды включает в себя термины с цифровыми обозначениями. Например: **L size** = **large size** – большой размер; **5-piece collection** – коллекция одежды из пяти образов.

Номенклатурные наименования не имеют прямого значения, а лишь выражают понятие. Таким образом затрудняется профессиональная коммуникация, так как требует дополнительного толкования. Еще больше затрудняют ситуацию сокращенные номенклатурные термины: **cardigan – cardi** – кардиган, **Wellington boots – Wellies** – резиновые сапоги. Из этих примеров можно сделать вывод, что содержание номенклатурных наименований-терминов не мотивировано.

В результате исследований лексико-семантических аспектов перевода английской терминологии одежды и моды, важно и нужно отметить понятие омонимии, которое снимает явление многозначности, что на данный момент является одной из главных проблем в современной терминологии. Широко опоясывают все тематические группы термины-синонимы, которые позволяют увеличить число общих терминов данной сферы. Полученные сведения в ходе исследования дают понять дальнейшее развитие английской терминологии модной индустрии. Можно ожидать прибавление числа синонимичных рядов, а также широкое использование эпонимов и номенклатурных единиц в связи с влиянием современной глобализации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. - М.: Эдиториал УРСС, 2000. — 352 с.
2. Лотте Д.С. Основы построения научно-технической терминологии. – М.: Издательство АН СССР, 1961. – 160 с.
3. Татаринов В.А. Общее терминоведение: Энциклопедический словарь. – М.: Московский лицей, 2006. – 528 с.
4. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. - М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1959. – 351 с.
5. Апресян Ю.Д. Избранные труды. Том 1. Лексическая семантика. Синонимические средства языка. - М., 1995. – 3-69 с.
6. Долгова Т.В. Некоторые лексико-семантические аспекты английской терминологии одежды и моды. - М.: Омский государственный институт сервиса, 2006. – 246-248 с.

УДК 81'25(075.8)

Mulyava A. D.,

Student of Ablai khan KazUIR&WL

Specialty "6B02301-Translation Studies"

Almaty, Kazakhstan

e-mail: alinoccchhka@gmail.com

Scientific supervisor: MA Otetileuova A.Zh.

THE SPECIFICS OF THE LANGUAGE OF EUGENE NIDE'S WORKS AND THE SPECIFICS OF HIS TRANSLATION

The article deals with the features of theory and translation, the main problems of equivalence in translation and the specificity of the language. Linguistic and cultural aspects and the development of linguistic translation are also considered. Naida made important contributions to the theory of translation in general, as well as to the language field. The most famous main directions of translation are formal equivalence and dynamic equivalence. Formal equivalence focuses on the need to pay attention to the form and content of a message. Dynamic equivalence, the most important thing in translation is the message received by the audience.

Key words: language basis, theory, translation, translation studies, equivalence, dynamism, formality, language specificity.

Мулява А. Д.,

Студентка КазУМОиМЯ имени Абылай хана

Специальность «6Б02301-Переводческое дело

Алматы, Казахстан

e-mail: alinoccchhka@gmail.com

Научный руководитель: м.г.н. Отетілеуова Ә.Ж

СПЕЦИФИКА ЯЗЫКА ТРУДОВ ЮДЖИНА НАЙДА И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ПЕРЕВОДА

В статье рассматриваются особенности теории и перевода, основные проблемы эквивалентности в переводе и специфика языка. Также рассматриваются лингвистические и культурные аспекты и развитие лингвистического перевода. Найда внес важный вклад в теорию перевода в целом, а также в языковую сферу. Наиболее известные основные направления перевода это формальная эквивалентность и динамическая эквивалентность. Формальная эквивалентность фокусируется на необходимости обращать внимание на форму и содержание сообщения. Динамическая эквивалентность, самое главное в переводе - это сообщение, полученное аудиторией.

Ключевые слова: основа языка, теория, перевод, переводоведение, эквивалентность, динамичность, формальность, специфика языка.

Юджин Найда благодаря своим многочисленным книгам и публикациям, а также необычному расписанию лекций Найда смог помочь ученым, переводчикам и специалистам в христианских миссиях найти новые способы думать об эффективном общении. Юджин Найда был руководителем программы переводов Американского библейского общества, а затем интеллектуальным лидером глобальной программы Объединенных библейских обществ, а также консультантом этой организации. Найда был чрезвычайно эффективным коммуникатором и сам обучил многих переводчиков. Все это время он изумительно публиковался. Наиболее полное изложение его теории содержится в его книге «К науке перевода» и в книге «Теория и практика перевода» в соавторстве с Чарльзом Табером.[1]

В рукописи, озаглавленной «Язык и культура», Найда рассказывает о своем лингвистическом маршруте: «После того, как я несколько раз путешествовал по миру, чтобы помочь переводчикам, я встретился с представителями разных культур. Для меня было крайне важно знать ценности этих разных людей, чтобы понять, как они осмысленно общаются друг с другом...[2]

В своей книге Найда анализирует механику передачи сообщений. По его словам, это основные допущения, лежащие в основе всего семантического анализа:

Ни одно слово (или семантическая единица) никогда не имеет точно такого же значения в двух разных высказываниях; в языке нет полных синонимов; нет точных соответствий между родственными словами в разных языках.

Из-за этих ограничений никакие два перевода превосходных профессионалов никогда не будут абсолютно одинаковыми, особенно если переводы имеют какой-либо уровень нюансов. Это не значит, что мы должны сдаваться! Это означает, что мы должны рассматривать проблемы аналитически и видеть, в чем заключаются проблемы.

Проблемы для рассмотрения: лингвистические и культурные

С какими основными проблемами нам приходится сталкиваться? Язык неизбежно связан с культурой. Чтобы помочь нам понять это, ILR также обращается к культуре. «Компетентность в межкультурной коммуникации - это способность эффективно участвовать в данном социальном контексте, - говорят они, - понимая то, что передается, и используя соответствующий язык и поведение для передачи предполагаемого сообщения.”[3]

Найда говорит, что основные проблемы эквивалентности в переводе можно свести к следующим категориям:

Экология. Поскольку языки произносятся в разных местах, язык может иметь более сложную лексику для различных экологических проблем.

С какими предметами люди ежедневно обращаются в своей стране происхождения? Это может оказать существенное влияние на коммуникацию. Например, врач часто говорит: «примите одну столовую ложку лекарства.” В некоторых культурах люди тянутся к ложке, которую используют для приготовления супа, а не к мерной ложке объемом 15 мл, как того требует рецепт.

Социальная культура. Как обращаются к людям? Какой уровень формальности уместен в целевой культуре? В Соединенных Штатах обычно топ-менеджер подписывает письмо своим сотрудникам «Боб» в Латинской Америке требуется фамилия.

Религиозная культура. Доминирующая религия того места, где говорят на этом языке, может влиять на то, как люди общаются. В этом отношении могут существовать значительные различия между исходным и целевым языками и культурами.

Каждый язык использует Различный синтаксис и использует страдательный залог с различной относительной частотой для передачи различных вещей. Капитализация используется по-разному. Эти различия должны соблюдаться при переводе.

Мы должны выражать себя так, чтобы это отражало реальное использование языка в современных публикациях и речи. Мы должны понимать, что в современное языковое использование, доступное через интернет и печатные источники, а также установить контакт с языковым сообществом.

Конечно, у некоторых людей есть ”талант” к переводу, но это, безусловно, навык, которому можно научить. Сосредоточившись на вопросах, которые мы затронули, и выполнив ряд шагов, переводчик может произвести точный перевод. Ключевым моментом является анализ сообщения с различных точек зрения: синтаксической (структурной), семантической (смысловой), pragматической (целевой) и культурной.

Вот шаги для перевода, которые предоставляет Найда. Прагматический анализ. Какова цель первоначального сообщения? Какова цель перевода? Без этой информации мы не сможем сделать перевод, который поможет автору общаться со своей аудиторией.

Синтаксический анализ. Это исследование того, как каждая часть вписывается в предложение со структурной точки зрения: субъект, прямой объект, глагол и т. д.

Семантические классы каждого слова. Это относится к значению каждого слова. Какой смысл пытается передать каждый раздел Сообщения?

Добавьте все подразумеваемые отношения. Это союзы, предлоги, связывающие глаголы и т. д.

Разложите текст на его семантически простейшую форму, другими словами, разбейте сообщение на смысловые единицы, чтобы мы могли знать, что мы должны сообщить на языке. Как только мы можем очертировать смысл, мы знаем, с чем имеем дело.

Перекомпозирийте простейшую форму текста в соответствующий эквивалент на целевом языке. Здесь мы включаем необходимые соединители в целевой язык. Мы можем реорганизовать единицы значения таким образом, чтобы они соответствовали друг другу, и заставить их течь естественным образом. В принципе, мы переставляем головоломку: как бы я сказал это своему соседу в Беккаре, Буэнос-Айрес?

Проанализируйте текст с точки зрения целевого языка. Читается ли текст естественно с точки зрения читателя на целевом языке? Сможет ли он прочитать его, не обращаясь к языку или культуре источника? Для этого некоторые семантические единицы могут переходить из одного грамматического класса слов в другой.

Экспертная оценка. Попросите другого переводчика, который по крайней мере имеет такую же квалификацию, как и переводчик оригинала, проверить перевод на предмет точности и языковой механики. Точно ли передан смысл? Читается ли он гладко с точки зрения носителя языка назначения, не знающего языка источника? Помните, что в издательском мире ничто не попадает в типографию, если ее не просмотрели три человека! Наличие только одного человека, который просматривает ваш перевод, очень сильно влияет на процесс рецензирования.

Все решения о переводе принимались миссионерами, а не в сотрудничестве с местным населением. Но миссионеры не до конца осознали тот факт, что местный язык принадлежал местному населению... Разнообразие языков и культур делает перевод на местные языки очень сложной задачей, но переводчики должны понимать, что за словами стоят мощные культуры, это нельзя игнорировать.

Нам нужно было помнить об убеждениях людей, чтобы помочь им переводить на их местные языки ».

Это было основным призванием Найда: научить переводчиков-носителей языка переводить на их родные языки.

В своей замечательной книге «Обычаи и культура» Найда также раскрывает обычаи и идеи людей из разных частей света, которые определяют их способ самовыражения. Он говорит:

«Важна ценность, придаваемая различным обычаям и проявлениям определенной культуры».[4]

В своих трудах он постоянно настаивает на этой идее. В 1994 году на лекции, прочитанной в Институте переводчиков Мадридского университета Комплутенсе, он сказал:

«Значение словесных символов на любом уровне зависит от культуры языкового сообщества. Язык - это часть культуры, и, по сути, это самый сложный набор привычек, которые проявляет любая культура. Язык отражает культуру, обеспечивает доступ к культуре и во многих отношениях представляет собой модель культуры через ее taxonomические иерархии слов, представляющие типы на всех уровнях от вирусов до галактик... »

Найда, осознавший необходимость наличия у переводчиков самых лучших базовых текстов для работы, руководила крупными проектами, как над Греческим Новым Заветом, так и над Ветхим Заветом на иврите. Он также отвечал за новый подход к лексикографии. Сосредоточив внимание на различных значениях слов в соответствии с их разнообразным семантическим контекстом, двухтомный греко-английский лексикон Нового Завета: на основе семантических областей, который он подготовил вместе с Йоханнесом Лоу, помог переводчикам понять, как лучше всего передавать слова с несколькими значениями.

Теория и подход Найда, какими бы цennыми они ни были, не добились бы успеха, если бы он не посвятил себя распространению этих идей через годы путешествий и преподавания, а также путем создания команд консультантов и учителей. У него была удивительная способность вдохновлять людей,

вдохновение исходило отчасти из убедительных фактов, которые он представил, а отчасти из энергии его презентаций и его навыков коммуникатора. Но что всегда двигало им, так это глубокая убежденность в том, что если бы Священное Писание было доступно людям, они бы услышали голос Бога и встретились с Христом, что привело бы к преобразованию. Осознание того, что его работа помогла добиться этого, явно доставило Джину наибольшую радость.

Также в 1943 году Найда был рукоположен Ассоциацией Северной баптистской конвенции Южной Калифорнии, женился на Алтее Люсиль Спраг и присоединился к переводческому отделу Американского библейского общества. Первоначально это назначение было неполным, так как каждое лето до 1953 года он продолжал преподавать в Летнем институте лингвистики.

Когда будет написана история церкви в двадцатом веке, имя Юджина Найда будет занимать видное место. Найда произвел революцию в области перевода Библии, в результате которой миллионы людей, говорящих на сотнях языков, получили доступ к Библии беспрецедентным образом. Это влияние на рост и развитие церкви будет ощущаться и в этом столетии.

Благодаря своим многочисленным книгам и публикациям, а также необычному расписанию лекций Найд смог помочь ученым, переводчикам и специалистам в христианских миссиях найти новые способы думать об эффективном общении. Уильям Смолли отметил: «Продвижение профессиональных знаний, развитие теории перевода и процедур перевода, основанных на этой теории, началось, когда Юджин А. Найда присоединился к сотрудникам Американского библейского общества в 1943 году». На протяжении более пятидесяти лет, Юджин Найда был руководителем программы переводов Американского библейского общества, а затем интеллектуальным лидером глобальной программы Объединенных библейских обществ, а также консультантом этой организации.

До Найда переводы Библии в основном создавались миссионерами, подход которых, как правило, заключался в создании формально эквивалентного перевода, иногда основанного на языках оригинала, но часто основанных на переводах, доступных на европейских языках, таких как английский или французский. Их работы были отправлены в Лондон, Амстердам или Нью-Йорк для проверки перед публикацией.

Найда понял, что для того, чтобы читатели и слушатели понимали Библию, им нужны переводы, которые, насколько это возможно, были сделаны носителями языка; более того, он знал, что эти переводы должны быть проверены на месте с переводчиками. Путешествуя и консультируясь с переводчиками, используя концепции лингвистики, культурологии, коммуникативных наук и психологии, он разработал практический подход к переводу, который он назвал динамической эквивалентностью или функциональной эквивалентностью, цель которой заключалась в том, чтобы сделать перевод ясным и понятным, а также точный. Кроме того, он разработал педагогический метод, позволяющий переводчикам с разным уровнем образования научиться применять этот метод.

Методы Найда можно увидеть в переводах, таких как Библия Благой Вести, Французский *Français Courant*, Немецкий *Die Gute Nachricht* и Испанский *Versión Popular*, в переводах которых он принимал непосредственное участие. Но большинство современных переводов, таких как NRSV или NIV, также показывают его влияние. Переводчики сотен языков аналогичным образом создали Библии, которые легко понять в любой языковой среде.

Язык - это набор вербальных привычек, которые представляют аспекты культуры. Ни один говорящий не обладает полным перечнем знаков и структур живого языка, но общество говорящих в совокупности владеет языком и может соответственно изменять его формы. Люди, живущие отдельно друг от друга, не могут сохранить язык, потому что языки, по сути, интерактивны...

Все языки отражают культуру, частью которой они являются... Тот факт, что язык является частью культуры, ясно указывает на необходимость формулирования любой теории перевода с помощью культуры, представленной языком...[5]

Найда неоднократно выражал эти идеи в своих книгах, а также во многих лекциях, которые он читал по всему миру. Он говорит об этом в своей книге «Социолингвистика межязыкового общения»: «... Нет смысла говорить о языках, не осознавая, что они имеют отношение только к культуре, частью которой они являются».

Многие эмоциональные состояния описываются с помощью описания природы или состояния органа тела. Поскольку различные эмоциональные состояния так сильно влияют на частоту и силу сердечных сокращений, неудивительно, что язык представляет ряд различных эмоциональных

состояний в терминах функций сердца. На языке мискито в Гондурасе и Никарагуа мир - это состояние, в котором «есть только одно сердце». Но в некоторых диалектах кечуа сомнение означает «иметь два сердца», а жестокосердие можно выразить как «отсутствие дыр в сердце». В Чонтале (Мексика) состояние нерешительности может быть выражено как «в моем сердце живут бабочки», а изумление можно выразить как «кто знает, куда ушло мое сердце». В Целталае (Мексика) у робкого человека «маленькое сердце», а у смелого - «жестокое сердце». На этом языке вера означает «держаться за Бога всем сердцем», в то время как в Чоле, Мексика, также вера или вера означает «сосредоточить сердце на Божьем обещании». В Цоциле, Мексика, однако, «горячее сердце» означает крайний гнев, а боль в сердце - «любовь», а «подсчет ударов сердца» означает печаль.

Но во многих языках центральная черта образного выражения - это печень, а не сердце. Сосредоточение внимания на состоянии печени при описании различных положительных и отрицательных эмоций, вероятно, связано с широким распространением малярии, особенно в Африке, и тем фактом, что печень является основным органом тела, имеющим дело с множеством мертвых клетки, возникшие в результате малярии. Например, в Хаббе (Западная Африка) печаль - это «больная печень», а в шиллуке, на котором говорят в Судане, значительное удовольствие в межличностных отношениях можно описать как «моя печень сладка с тобой». На ануаке, типичном нилотском языке Судана, печень является ключевым элементом в ряде номинальных и словесных выражений: «Его печень сладка»: он счастлив. «Его печень горькая»: он очень асоциальный. «Печень у него тяжелая»: он грустит. «Его печень мала»: он не жаден, не слишком нетерпелив. «Его печень большая»: он жадный и т. д.

В словесных выражениях: «Это попало ему в печень»: он понимает. «Его печень блуждает»: он сбит с толку... Но эти случаи с печенью ни в коем случае не исчерпывающие.

Так же хочу сказать переводчики, которые с максимальным интересом изучают культуру языков, которые они должны переводить, иначе они будут создавать только мертвые тексты, то есть слова без какого-либо значения, когда миссия переводчика заключается в передаче идей, чтобы оживить текст».

Он так настаивал на необходимости уважать культуру, формирующую язык, потому что видел тысячи дословных переводов, в которых смысл сообщения был искажен или потерян. Фактически, до него повсюду, и не только Библии, были переводы, в которых Найд называл «формальную эквивалентность», это перевод существительных на существительные, глаголов на глаголы и т.д., сохраняя все фразы и предложения нетронутыми и сохраняя все формальные формы, индикаторы, например знаки препинания и разрывы абзацев.

Любой, кто интересуется языком и культурой, не может не восхищаться описаниями Найда и его пониманием перевода священных писаний. Они являются свидетельством выдающейся карьеры.[6]

На мой взгляд, различные критики творчества Найда не оценили его идеи в правильном аспекте. Точка зрения Найда на перевод обязательно намного шире и универсальна, потому что он работал с сотнями языков и культур. Он изучал привычки, отношения, страхи и табу, которые формируют различные языки, то, что мы, жители Запада, ограниченные своей культурой, даже не можем себе представить. Он проанализировал лингвистические структуры, которые нам совершенно не знакомы, и, кроме того, он научил переводить на многие языки Библии греческий и иврит, которые очень далеки от нас.

Найда установил принцип «динамической (или функциональной) эквивалентности». Это баланс между пониманием исходного текста и его эквивалента на переведенном языке, всегда с учетом культурных параметров читателя».

Если бы, с одной стороны, Найда как лингвист был великолепной фигурой (в грамматике, семантике, морфологии, социолингвистике, стилистике, структуралисте и т.д. генеративные подходы), в изучении перевода он сделал огромные шаги, до такой степени, что в настоящее время почти невозможно сказать что-то новое, что не было сказано Найдом в своих книгах; каждое прочтывание его сочинений заставляло нас видеть новые аспекты, которые мы не замечали раньше. Он был пионером, продвинувшимся для своего времени до замечательного уровня: pragmaticкий и коммуникативный подходы; функциональные подходы; профессиональные подходы к переводу. Как профессиональному действию в социальном контексте, когнитивные подходы - все это было инициировано Найдом, столетие назад, когда межъязыковая эквивалентность была обычным определением перевода. Найда извлек изучение перевода из тюрьмы текста и перенес его в реальность его рецепторов и социальную и профессиональную функцию перевода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лейден. К науке перевода., 1964;
2. Язык, культура и перевод, 1993;
3. Совместно с Р. Г. Братчери. Справочник переводчика Евангелия от Марка., 1961;
4. Заметки переводчика по выбору грамотности., 1972, 1974;
5. <https://www.stud24.ru/foreign-language/lingvisticheskoe-perevodovedenie-v-ssha/151100-442280-page1.html> (дата обращения: 04.01.2021)
6. https://eltranstheorymastering.fandom.com/ru/wiki/Переводческая_эквивалентность_в_трудах_Ю._Найды (дата обращения: 04.01.2021)

УДК 81-26 (347.78.034)

Nesipaly G. B,

Student of Ablai khan KazUIRandWL,

Specialty «B036-Translation Studies»

Almaty, Kazakhstan

e-mail: nesipaly02@bk.ru

Scientific supervisor: MA Otetileuova A.Zh.

SPECIFICITY OF TRANSLATION LITERARY TEXTS (BASED ON THE NOVEL BY J. ROWLING « HARRY POTTER AND THE CHAMBER OF SECRETS »)

The article deals with the main difficulties and problems of translation of fiction texts, in particular J.K. Rowling's novel Harry Potter. The article provides a comparative analysis of the original and translations. The results of the study contain certain conclusions, which are of recommendatory character for the translator.

Key words: literary text, literary translation, interpreter, adequacy and equivalence of translation.

Несіпәлі Г. Б.,

Абылай хан атындағы ҚазХҚ және ӘТҮ студенті

«В036- Аударма ісі» мамандығы

Алматы, Қазақстан

e-mail: nesipaly02@bk.ru

Ғылыми жетекшісі: г.ғ.м. Өтетілеуова Ә.Ж

КӨРКЕМ МӘТИНДЕРДІ АУДАРУ ЕРЕКШЕЛІГІ (ДЖ. К. РОУЛІНГТІҢ «ХӘРРИ ПОТТЕР МЕН ЖАСЫРЫН БӨЛМЕ» ӘДЕБИ ШЫГАРМАСЫ НЕГІЗІНДЕ)

Бұл макалада көркем мәтіндерді, атап айтқанда Дж. К. Роулингтің «Хәрри Поттер және пәлсапа тас» романын аударудың негізгі қыындықтары мен мәселелері қарастырылады. Макалада түпнұсқа мен аудармаларға салыстырмалы талдау жасалған. Зерттеу нәтижелері аудармашы үшін ұсынымдық сипатта болатын белгілі бір тұжырымдардан тұрады.

Түйін сөздер: көркем мәтін, көркем (әдеби) аударма, аудармашы, аударманың адекваттығы мен эквиваленттілігі.

Көркем мәтін дегеніміз - автордың қоршаган әлемге көзқарасын бейнелейтін және оқырманға бағытталған күрделі, көп қырлы мәтін құрылымы. Көркем мәтін жайлы академик жазушы М. Әуезов былай деп жазады: “Поэзиялық лексика — жай лексика емес. Оны анфару үшін әрі тілші, әрі әдебиетші болу шарт. Сол түрдегі зерттеуші ғалым ғана тілде, әсіресе көркем әдебиет тілінде, грамматикалық шарттарға қосымша, поэзиялық өзгеше үстем шарт талаптар барын танып еді. Оның ұғымынша, көркем шығарманың бір сөйлемінде тұрган сөз бір-ақ қана ұғым, түсінік бермейді. Соны берудің үстіне ол әр алуан қосымша ассоциация тудырып, оқушыға қосымша елес-емеурін танытып тұрады. Мұндай қатарда жеке сөз өзінің орны мен сәтін тапқан шақта жаңаша жанданып кетеді. Оның көркемдігімен қатар сөйлем ішінде өзінен-өзі ұшқын атып тұрган сипаты болады” [1, 283 б.]. Көркем шығармада сөзді сұрыптап, пайдалануда көркемдік-эстетикалық талап маңызды орын алады. Көркем мәтін- бұл автор мен оқырман арасындағы ақпаратты беру процесі. Көркем шығарма мәтініндегі басты орын эмоционалдылыққа және көркемдік шындық бейнесінің экспрессивтілігіне беріледі.

Көркем әдебиет стилі қазақ тіліндегі басқа стильдермен салыстырғанда әдеби тілді барынша толық бейнелейді. Оның әлдекайда мәнерлі лингвистикалық құралдары, ерекше әр түрлі стильдік ренктері бар, соның арқасында көркем әдебиет стилі басқа стильдерден айқын басымдыққа ие.

Аударма дегеніміз – бір тілде ауызша айтылған ой – пікірді, болмаса жазылған мәтінді тыңдаушыға екінші тілде, яғни оның ана тілінде түсінікті етіп жеткізу. Ал, әдеби немесе көркем аударма дегеніміз – бір тілде жазылған әдеби туындыны екінші тілдің құралдары көмегімен оқырмандарға жеткізу және түпнұсқасының стильтік, көркемдік ерекшеліктерін мейлінше нақты сақтап көрсету [2]. Көркем аударманың басты қындығы тек мағынаны беруде ғана емес, шығарма авторының ерекше стилін, оның эстетикасын, тілдік құралдарды пайдалану байлығын, сонымен қатар мәтінге тән юморды, атмосфераны, мінез берін көңіл-күйді беруде, сондықтан көркем аударма тек тіл білімімен шектеліп қана қоймайды, филология және өнермен де шектеседі.

Әрдекім, тіпті тәжірибеші аудармашы да көркем шығарманы сапалы аудара алмайды, өйткені көркем аудармашы шет тіліндегі мәтіннің түпнұсқасын жан-жақты түсініп қана қоймай, оны қайта құруға мәжбүр болады. Көркем аударма, дәлірек айтсақ, поэтикалық және көркем шығармаларды аудару аударманың басқа түрлерінен құрт ерекшеленеді, ол аудармашының сөйлеу шығармашылығын, әдеби таланттын иеленуді болжайды. Өйткені, бір фразаның аудармасы әр түрлі адамдар үшін мұлдем өзгеше. Мұндай аударма нағыз өнер болып табылады, өйткені эстетикалық әсер тиісті лингвистикалық құралдармен, соның ішінде ырғак, рифма және аллитерация арқылы жүзеге асады. Саятты әдеби аударма жасау үшін аудармашының сөз ойындарын түсіну қабілеті, көркем образдарды жеткізу қабілеті болуы керек. Демек, көркем аудармашы- екі тілді жетік білетін маман ғана емес, оны жазушы деп санауға да болады.

Көркем мәтіндерді аударудың үш мақсаты бар. Біріншіден, оқырмандарды жазушының шығармашылығымен, оның мәнерімен, стилімен, шығармаларымен таныстыру. Екіншіден, оқырмандарға басқа халықтың мәдениетінің ерекшеліктері туралы айту, оның өзіндік ерекшелігін көрсету. Ушіншіден, жай оқырманды кітаптың мазмұнымен таныстыру.

Алдына бірінші міндет қойып, аудармашы мәтінді аударуға тырысады, осылайша аударма оқырманы түпнұсқа оқырманмен бірдей көркемдік әсер алады. Аударма мәтіні түпнұсқа сияқты табиғи түрде қабылдануы керек, сонда аударма оқырманиның назарын бейтансы шындықтар аудармауы керек, оған түпнұсқа оқырманы назар аудармайды, өйткені олар оған жақсы таныс. Мұндай оқылымда оқырман жазушының шығармашылық әдісі туралы акпарат алады, бірақ жазушының мәдениеті туралы идея, мүмкін толық немесе сенімді болмайды.

Екінші мәселені шешу үшін аудармашы мәтінде кездесетін барлық шындықты, шығармада жазылған мәдениеттің барлық ерекшеліктерін мүмкіндігінше толық сақтап, оқырманға түсіндіруі керек. Мұндай аударма елтану түрғысынан өте маңызды болады.

Ушінші мәселе ең қарапайым деп санауға болады. Аудармашыға белгілі бір экспрессивті құралдардың функционалдық аналогтарын іздеудің қажеті жоқ, ол ұлттық ерекшеліктерді ескермеуі мүмкін, формага мән бермеуіне де болады, бірақ толығымен мазмұнға шоғырлануы тиіс. Алайда, оны көркем аударма деп санауға болмайды. Өкінішке орай, соңғы кезде көркем мәтіндерді көркем емес аударма деп атаяуға болатын нұсқалар көбейіп келеді.

Көркем мәтіндерді аудару кезінде автордың жазу стилін, аудармашы үшін нағыз өнер болып табылатын түпнұсқаның мазмұны мен формасын өзгертуе өте маңызды. Көркем мәтіннің аудармасын бағалау аударма сапасы категориясымен байланысты, оның мазмұны екі негізгі ұғым арқылы ашылады: аударманиң адекваттылығы және аударманиң эквиваленттілігі. В. Н. Комиссаров атап өткендей, аудармашы эквивалентті аударманиң мүмкін болатын ең жоғары деңгейіне жетуге тырысуы керек, ол адекватты аудармадан айырмашылығы- жоғары нәтижеге қол жеткізуге бағытталған.

Сонымен, «эквивалентті аударманы» В. Н. Комиссаров «эквиваленттік деңгейлердің бірінде шетел тілінің түпнұсқасының мазмұнын ойнататын аударма» деп анықтайды [3, 5 б.].

В. Н. Комиссаровтың пікірінше, «адекватты аударма» - бұл нормалардың бұзылуына жол бермей, осы типтегі мәтіндерге жанрлық-стилистикалық талаптарды сақтай отырып және аударманиң әлеуметтік танылған шартты нормасына сәйкес келетін аударма актісінің прагматикалық міндеттерін осы мақсатқа жету үшін барынша мүмкін болатын эквиваленттік деңгейде қамтамасыз ететін аударма» [3, 5 б.].

Эквивалентті аудармага аз талаптар қойылады: ол тек эквиваленттік деңгейдің біреуіне сәйкес келуі керек, ал адекватты аударма әлдеқайда қатаң бағаланады, аударманиң барлық қасиеттерін шоғырландырады.

В. Н. Комиссаров эквиваленттіліктің бес деңгейін анықтады[4]. Олардың біріншісі-байланыс мақсаттары деңгейіндегі сәйкестік, аударма мәтінінің алушыға түпнұсқа мәтіннің авторы күткен әсердің болуы.

В. Н. Комиссаровтың айтуынша, эквиваленттіліктің келесі деңгейі-жағдайды сипаттау деңгейі. Бұл деңгей түпнұсқа мәтіні мен аударма мәтіні бірдей синтаксистік құрылымдарды, бірдей жағдайға бағытталған хабарламаны біріктіруі керек дегенді білдіреді.

Ушінші эквиваленттік деңгей-бұл мәлімдеме деңгейі. Бұл деңгей жағдайды түпнұсқада сипаттайтын жалпы ұғымдардың сақталуымен сипатталады. Мәлімдеменің деңгейі жағдайды сипаттау деңгейімен бірдей, алайда ол жалпы емес, екінші деңгей сияқты қолемді емес. Мысалы, Э.Золяның «The Sin of Abbé Mouret» атты романындағы «But I was bent on seeing you today» деген сөйлемді екі жолмен аудару мүмкін: «Бірақ мен сені бүтін көруім керек еді» немесе «Бірақ мен сені бүтін көргім келді». Бірінші жағдайда, мәлімдеме деңгейінде эквивалент жок.

Эквиваленттіліктің төртінші деңгейі-лексикалық құрамның, ұқсас синтаксистік құрылымдардың және мәтіндердің толық лексикалық-синтаксистік қауымдастырының айтарлықтай, мүмкін толық емес сәйкестігімен сипатталатын хабарлама деңгейі. Көбінесе бұл эквиваленттік деңгей сақталмайды: мәтіннің прагматикалық әлеуетін сактау үшін аудармашы өзінің аударма нұсқасын ұсына отырып, сөздер мен құрылымдардан асып түседі. Мысалы: Э. Хемингуэйдің «Islands in the Stream» атты кітабында «I believe we've got about all we can handle outlined for today» сөйлемі осылай аударылуы тиіс: «Меніңше, бүгін біз қажет болғаннан көп нәрсені жасадық». «To get about» фразалық етістігі «қозғалу», «журе бастау», деген мағынаны білдіреді, «to handle» етістігі «істей алу», «өндөу», «outlined»- «сызылған» деп аударылады. Яғни, сөйлемді сөзбе-сөз қарастырасқ «Менің ойымша, біз бүгін жасай алатын нәрселердің бәрінен өттік» деп аударылады. Бірақ, эрине, қазақ тілінде мұндай сөйлем көптеген шағымдар тудырады, сондықтан аудармашы жағдайды біздің тіліміз бен мәдениетімізге жақыннату үшін аударманың бұл нұсқасын аздал түзетіп, хабарлама деңгейінен, В. Н. Комиссаровтың төртінші деңгейінен асып түсті.

Бесінші деңгей — тілдік белгілердің деңгейі. Эквиваленттіліктің бұл түрінде, осы саладағы көптеген ғалымдар жазғандай, түпнұсқа мен аударма мазмұнының жақындығының максималды деңгейіне қол жеткізіледі. Бұл деңгейде бір тілдің сөздері тікелей басқа тілге аударылады. Барлық алдыңғы, сондай — ақ эквиваленттіліктің бесінші деңгейіне сәйкес аударуға болатын мәтіндер өте сирек кездеседі-әдетте олардың барлығы оқу мақсаттарына қызмет етеді. Дәл сол себепті аударылған мәтіндер эквиваленттіліктің бесінші деңгейіне сирек жетеді.

1. Ағылшын тіліндегі мәтін (M. Сомерсеттің «Of Human Bondage» кітабынан): «Out late tonight, sir», he said.

2. Сөзбе-сөз аударма: «Бұгін сыртта кеш, мырза», - деді ол.

3. Қоркем аударма: «Сіз бұгін кешіктіңіз, дәрігер», - деді ол.

4. Ағылшын тіліндегі мәтін (C. Кингтің «Salem's Lot» кітабынан): «It's Sunday, remember?»

5. Сөзбе-сөз аударма: «Бұл жексенбі, есінізде ме?»

6. Қоркем аударма: «Бұгін жексенбі екені есінізде ме?»

Кітаптардан алынған әртурлі үзінділердің мысалында эквиваленттік деңгейлердің бұзылуы не екенін және рұқсат етілген деңгейден асып кетудің қаншалықты орынды екенін түсіну маңызды.

Ағылшын жазушысы Джоан Роулингтің «Гарри Поттер и Тайная комната»

атты әйгілі кітабы қазақ тілінде «Хәрри Поттер мен жасырын бөлме» деген атпен жарық қөрді. Аударманы «Steppe & WORLD Publishing» баспасы жүзеге асырды. Оның өкілдерінің айтуынша, кітапты аудару туралы шешім оның Қазақстанда өте танымал болғандығынан туындаған.

Біз «Хәрри Поттер мен жасырын бөлме» туындысының бірінші тарауын талдадық, нәтижесінде «Steppe & WORLD Publishing» баспасының аудармасы ең адекватты және эквивалентті болып табылады деген қорытындыға келдік»

Интернет желісінен алған аудармада дәлсіздік пен түсініксіздіктің мысалы бар, атап айтқанда: «Дурслейлерде қалағанның бәрі болды, бірақ ол ғана емес; олар корқынышты құпияны сақтап қалды – және олар оны кез-келген адам ашады деп қорқады.», ал түпнұсқада: «Dursleys had everything they wanted, but they also had a secret, and their greatest fear was that somebody would discover it.»

Оқырманды осы сөйлемнің екі бөлігіне де катысты болуы мүмкін «бірақ ол ғана емес» лексикалық қосымшасын жаңылыстырады. Сондай-ақ, бұл аударма қоркем аудармада қолданылатын ауызекі лексиканың мысалдары бар: «Ол бес бағыныштыға жала жапты. Бірнеше маңызды телефон қоңырауларын жасады. Тағы ұрысты.», «Ең жақын көшө шамы, тыныш жарылып, өшіп қалды.» Аударманың осындай түрі оқу кезінде оқырманга ынғайсыздық тудырады.

Сонымен қатар, бұл аудармада көптеген кемшіліктер бар. Мысалы: None of them noticed a large, tawny owl flutter past the window. Tawny «қоңыр» деп аударылады, бірақ егер біз тақырыпқа тереңірек үнілсек, түпнұсқа «Tawny owl» шығармасында ұсынылған үкі түрі біздің елде «сұр үкі» деп аталатын аналогы бар екенін білеміз.

Түпнұсқа:

Not for the first time, an argument had broken out over breakfast at number four, Privet Drive. Mr. Vernon Dursley had been woken in the early hours of the morning by a loud, hooting noise from his nephew Harry's room[5].

«Steppe & WORLD Publishing» баспасының аудармасы:

Қынағаш көшесіндегі төртінші үйдің түргындары таңғы дастарханда тағы керілдесіп қалды. Веронон Дурсли жиені Хәрридің болмесінен шыққан қатты дауыстан тым ерте оянып кетіп[6].

Сөзбе-сөз аударма:

Тисова көшесіндегі төртінші нөмірдегі үйде таңғы ас кезінде дау бірінші рет басталған жоқ, ал Веронон Дурсли мырза таңертең жиені Гарридің болмесінен қатты дауылмен оянды.

Мұндай елеулі кемшіліктері бар аударманы құзыретті деп санауга болмайды және оқырман назарына лайық емес.

Көркем мәтін - өзіне тән ерекшеліктері бар курделі, көп қырлы құбылыс. Көркем шығармаларды аудару аудармашы үшін әрқашан қын әрі жауапты міндет. Оның алдында әрдайым тілдің ерекшеліктерін қалай жеткізу керек, сонымен қатар автордың негізгі идеясын, оның философиясын оқырманға қалай жеткізу керек деген сұрап туындауды. Түпнұсқа дерек көзінің авторы сөздік қоры мол болған кезде, оның тілін білетін және тамаша әдеби қабілеті бар шығармаларды аудару өнерге айналады. Екі тілді де жетік білетін аудармашы белгілі бір мағынада жазушы және шығармашыл тұлға ғана қөркем шығарманы сәтті аудара алады. Бұл оның шығармашылық жағы және оның тілдердің білуі аударманың сапасын, оқылатын соңғы өнімнің сапасын анықтайды. Сондықтан кейбір семантикалық мағыналардың айырмашылықтары пайда болады, өйткені әр шығармашылық адам өз туындысын жасау үшін өзінің көркемдік құралдарын тандай алады, ал көркем мәтіннің аудармасы белгілі бір мағынада жеке шығарма болып табылады.

Бұл мақалада Дж. Роулинг жазған түпнұсқа мәтінді қазақ тіліне аударған екі баспаны салыстыра отырып, біз мынандай қорытындыға келдік: аударма түрлендірулерінің барлық түрлерінің ішінде грамматикалық түрлендірулер, семантикалық даму және лексикалық қосыншалар жиі қолданыста болды. Аудармаларда біз жалпылау, мағынаны ауыстыру әдісін кездестірдік. Аударма түрлендірулерінің басқа түрлері де кездеседі, бірақ сирек.

ӘДЕБИЕТ

1. Өуезов М. Шығармалар жинағы. – Алматы, 1979. Т. 19. 283 с.
2. <https://kitaphana.kz/refkaz/231-kazak-adebieti/4241-2012-03-15-09-49-57.html> (дата обращения: 9.01.2021)
3. Виноградов В.С. Лексические вопросы перевода художественной прозы. М. Изд-во МГУ, 1978.- 174 с.
4. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода. - М., 1999.- 136 с.
5. https://bookfrom.net/j-k-rowling/1300-harry_potter_and_the_chamber_of_secrets.html (дата обращения: 9.01.2021)
6. <https://kitap.kz/book/6412/read> (дата обращения: 9.01.2021)

УДК

Nursapa Nurzhol

KazUIR and WL

4th course student

Specialty: “5B020725 – Translation studies”

e-mail: nurcapanurjol@gmail.com

Almaty, Kazakhstan

THE USE OF ADVERTISING IN KAZAKH LANGUAGE TRANSLATION

The article deeply analyzes the fact that advertising has become an integral part of our daily lives, a social phenomenon with its own laws.

Today it is proved that advertising has a significant place in modern human life.

Keywords: translation, original, context, meaning, intercultural communication, rich spiritual heritage of the civilized world, the process of deep understanding of the text

Нұрсапа Нұржол

Абылай хан атындағы ҚазХҚжәнеӘТУ

4 курс студенті

Мамандық: «5B020725 – Аударма ісі»

e-mail: nurcapanurjol

@gmail.com

Алматы, Қазақстан

ҚАЗАҚ ТІЛІНДЕГІ ЖАРНАМАЛАРДЫҢ АУДАРМА БАРЫСЫНДАҒЫ ҚОЛДАНЫСЫ

Мақалада жарнаманың күнделікті өміріміздің құрамдас бөлігіне, өзіндік заңдылықтары бар қоғамдық құбылысқа айналғаны терең талданады.

Қазіргі уақытта жарнаманың заманауи адам өміріндегі орны өте үлкен екендігі дәлелденеді.

Тірек сөздер: аударма, түпнұсқа, контекст, мағына, мәдениетаралық қарым-қатынас, өркениетті әлемнің бай рухани мұрасы, мәтінді терең түсіну процесі

«Жарнама күнделікті өміріміздің құрамдас бөлігіне, өзіндік заңдылықтары бар қоғамдық құбылысқа айналды. Тұтынушы мен өндіруші арасындағы маңызды дәнекер буын бола отырып, жарнама экономиканың дамуын ынталандыратын, өндірістік үдерістер мен өнім сапасын жетілдіретін маңызды тұтқа ретінде көрінуде. Жарнама сауданы «жүргізетін» тетік қана емес, сондай-ақ тұтыну мәдениетін жаңа биіктеге көтеретін «өркениет үдеткіші» де болып отыр. Өркениетті тіршіліктің негізін құрайтын ұстанымдардың біріне айналған жарнама төңірегінде зерттеушілер мен практик мамандар тарапынан түрлі пікірталастардың туындағанына көп болды. Зерттеушілердің көбі оны ғылымның арнайы бір саласына жатқызыса, практиктер басқару, кәсіпкерлік пен іскерлік өрісінен ізdegісі келеді, ал жарнамалық хабарландырулар өзірлеуге қатысы бар мамандар шығармашылық үдерістің өзіндік бір түрі деп санайды. Осы пікірлердің қай-қайсысының да шындыққа қатысы бар» - дейді Ж.Бекболатұлы. Жарнама негіздері оқулығында.[1]

Сұранысты қалыптастырып және ынталандырып отыратын қызмет түрі ретінде жарнама Қазақстан аумағында ерте замандарда пайда болған. Қазіргі заманғы Қазақстан аумағында қалалық өркениет жедел дамыған IX-XIII ғасырларда кент тірлігін ұйымдастырудың өзіндік жүйесі көрініс тапты. Хорасаннан Жетісуға дейін созылып жатқан ұлан байтақ өңір шаһарлары Шығыс өркениетінің қалыбынан шыққанымен, сондай-ақ оларда Батыс мәдениетінің нышандары да молынан табылатын. Бұған осы қалалар тізбегінің Ұлы Жібек Жолының бойында орналасуының зор әсері болды.

Қазіргі мағынадағы жарнама Қазақстанда 1920 жылдардағы жаңа экономикалық саясат (ЖЭП) кезінде пайда болды. ЖЭП экономиканы директивалық басқару тәсілдерімен қоса капиталистік еркін бәсекеге де жол ашқаны белгілі. Ұл кезеңде нарық көпшілік қолды тауарлармен молығып, жарнама жаңа саяси және әлеуметтік жағдайда дами бастады.[1]

Қазіргі уақытта жарнаманың заманауи адам өміріндегі орны өте үлкен. Көпшілікке белгілі сөз тіркесіне сүйене отырып, «Жарнама – сауданың қозғаушы күші» деуге болады және бұл бүгінгі күнгі реалияларға сай келеді, өйткені жарнама біздің үнемі айналамызда болғандықтан, санаға, талғамға, тауарлар мен қызмет түрлерін тандауға білдірмей әсер етіп, алуан түрлі ұсыныстар әлемінде бағыт-бағдар табуға көмектеседі. Жаһандану үдерістері, цифrlандыру әлемде белгілі бір артықшылықтардың, талғамдардың, тенденциялардың таралуына ықпал етеді және біздің тандауымызға әсер етеді, жаппай тұтынушыларды әлемдік трендтерге, көпшілікке ортақ мойындалған сән мен сапаға бағдарлайды – бұл бір жағынан, ал екінші жағынан, тауар өндірушілері арасындағы күн сайын өсіп отырған бәсекелестік, тауарлар мен қызметтерді сатып алушылар үшін жүргізілетін курес жарнама хабарламаларын аударуға деген ұсыныстың артуына алып келеді. Аударма неғұрлым жақсы жасалған сайын жарнамаланатын тауар мен қызметтің сәтті өтіп кетуі мен сатылуының ықтималдылығы да өседі. Өкінішке орай, бүгінгі таңда елімізде жарнама саласында мемлекettіk тілдің рөлі тек аударма тілі немесе қосалқы тіл ретінде ғана қалып отыр. Бұқаралық аппарат құралдарында, ғаламторда, әлеуметтік желілерде қазақ тілінде жарияланатын жарнаманың 99%-ы өзге тілден, әсіресе орыс тілінен тәржімаланған аударма мәтіні болып табылады[2]. Ал жарнама мәтіндеріне тапсырыс берушілер өз кезегінде оның сапалы аударылуына мән бермейді және аударманың негізгі қағидалары мен тәсілдерін ескермейді. Ұл қоғамымыздағы бүгінгі күнгі реалия бірнеше жылдын бері шешімін таппай келе жатқан мәселелердің бірі деуге болады. Зерттеу жұмысының өзектілігі ірі халықаралық компаниялардың жарнамалық слогандары мен отандық тауар өндірушілердің орыс тіліндегі жарнамаларын қазақ тіліне сауатсыз аудару мысалдарымен анықталады.Шын мәнісінде,

жарнамаларды қазақ тіліне аударатын аудармашы аударманың маңызды аспектілерін ескеру керек, себебі жарнама мәтінінің аудармасы көркем әдеби шығармаларды аударудан немесе аударманың басқа түрлерінен айтартылғай ерекшеленеді. Сондықтан күрделі техникалық тілдегі нұсқаулықтарды жақсы аудара алатын аудармашының өзі жарнама мәтіндерін аударуға келгенде біршама қындықтарға тап болуы мүмкін. Ондай жағдайда жарнаманың мақсатты аудиториясының, жарнама жасалынатын елдің реалиялары мен ұлттық-мәдени ерекшеліктерін ескеру арқылы тілдік құралдарды дұрыс пайдалану аса маңызды. Жарнама – біз құнделікті көретін, еститін және қолданатын нәрсе. Сол себепті мұндай мәтіндерді аудару барысында аудармашыға семантикалық құрылымдағы айырмашылықтарға, сондай-ақ коммуникация процесінде екі тілді қолдану ерекшеліктеріне, сонымен қатар мәтіннің әлеуметтік-лингвистикалық бейімделу мәселелеріне негізделген тілдік, лингвистикалық мәселелерді шешуге тұра келеді.

XXI ғасыр адамзаттың ақпараттық кеңістігінде жаңашылдықтардың орын алу кезеңі. Бұқаралық ақпарат құралдарының арқасында адамзат өміріндегі аударманың рөлі ұдайы өсуде. Бұғандегі аударма адам қызметінің барлық салаларын толықтай қамтиды және ақпараттық ағындардың даму қозғалысы шекараларды да, уақытты да, кеңістікті де өз алдына кедергі етіп санамайды.

Жарнама мәтіндерін аудару барысында аудармашылық баламалылықтың бірнеше тәсілдерінің болуына және жарнамалық мәтіндердің стилистикалық алуан түрлілігіне байланысты белгілі бір қындықтар туындаиды;

Ол қындықтарды шешу үшін түпнұсқа мәтінін дұрыс талдап, сол тәсілдерді дұрыс таңдау қажет. Олардың ішіндегі ең танымал тәсілдердің бірі – нормативтік-мазмұндық сәйкестік концепциясы, яғни жарнаманы түпнұсқа мәтіннің элементтерін беруді ескеріп, аударма тілінің нормаларын сактау;

Бұғандегі күні қазақ тілінде жарияланатын халықаралық жарнамалар орыс тілінен аударылған, яғни аудармашылар көбіне ағылшын тілінен орыс тілді аудиторияғы бейімделіп аударылып койған жарнамаларды қазақ тіліне аударады. Талдауға ұсынылып отырган орыс тілінде дайындалған отандық жарнамалардың қазақ тіліндегі аудармаларын салғастырып талдауға бағытталған. Тағы ескеретін жайт, жарнамалар үнемі слоган түрінде ғана бола бермейді, олар көбіне қарапайым сөйлемдер немесе мәтіндер түрінде де беріледі. Ондай жағдайда өзімізге мәлім жалпы аудармашылық трансформациялар (калькалу, генерализация, транслитерация, т.б.) қолданылады. Мысалы: «Sulpak» дүкеніндегі тауарлардың кезекті жарнамасына келер болсақ:

«Скидка 30% на варочную поверхность при покупке духового шкафа» деген мәтіннің аудармасы қазақ тілінде: «Үрлемелі пеш сатып алған жағдайда пісіру бетіне 30% женілдік» деп аударылған. Аталған мысалда да калькага жол берілген. Қазақ тілінде «үрлемелі» деп музикалық аспаптарды айтамыз, мысалы: үрлемелі оркестр. Бірақ «духовой шкаф» тіркесі «түмшапеш» деп аударылуы қажет болатын. Сонымен қатар жай «пісіру беті» емес «ас пісіру беті» екенін нақтылап өткен жөн.

Көптеген Sulpak сынды ірі дүкендер желісінің слогандарында жиі кездесетін қате аударманың мысалы:

«Акцияның жалғасын тауып жатқанын есіңізге саламыз».

Бұл – орыс тіліндегі «Напоминаем, что акция продолжается» сөйлемінің сөзбе-сөз аудармасы. Оның орнына «Науқан әлі жүріп жатқанын естерінізге саламыз» деген баламасы дұрыс болады, ейткені бұл жарнама мәтіннің әлдеқайда жинақы болуын камтамасыз етеді.

Қазіргі кезде көп аударма жасалынып жататын тақырыптардың бірі – спорт. Бұл саладағы тауар өндірушілер мен қызмет көрсетуші компаниялардың жарнамаларының барлығы дерлік орыс тілінде. Тек жалпы халықта бағытталған спорттық науқандардың жарнамалық хабарламалары ғана қазақ тілінде аударылған. Мысалы, жыл сайынғы Алматы марафонының «Спорт там, где ты» слоганды қазақ тілінде тұра аударған: «Спорт бар жерде сен бар». Аудармада қазақ тілінің грамматикалық құрылымы бұзылған, нәтижесінде слоган жарнама адресатының тіліне тән емес, жасанды болып көрінеді. Оның орнына «Спорт – сенің серігің» баламасы женіл синтаксистік құрылым мен II жақ морфологиялық формасының арқасында анағұрлым қолайлар болады әрі тұтынушы мен жарнама беруші арасындағы «арақашықтық» жақындаиды. Алматы марафонның кезекті жарнамалық билбордында «Смелость быть первым – Бірінші болу батылдық» деген ұранды көруге болады. Аудармашы синтаксистік ұқсату тәсілін қолданған, яғни қазақ тіліне аударма барысында түпнұсқа тілінің синтаксистік құрылымын сақтап қалғысы келген. Дегенмен, жарнама ұрандарын аударғанда қолдануға ұсынылатын ең ыңғайлы тәсілдердің бірі – аударылатын тілде түпнұсқа мәтіннің мағынасын ашатын тіркестер мен идиомаларды іздеу. Мысалы, аталған слоганға қазақ тіліндегі «Батыл болсан, жол баста» нұсқасы сай келеді.

Жоғарыда атап өткен жарнама мәтінінің өзіне тән бірқатар жалпы форматтық белгілеріне қарамастан жарнамалық мәтіндер шексіз әртурлілігімен ерекшеленеді. Осы графикалық бейнелер мен кескіндердің шексіз алуан түрлілігін жүйелеу үшін жарнамаларды жіктеудің белгілі бір тәсіліне жүргіну қажет. Жарнама түрлерінің көптеген классификацияларының ішінен зерттеу жұмысына келесі түрі таңдал алынды:

- Жарнамаланатын объектісіне қарай;
- Мақсатты аудиториясына қарай;
- БАҚ жарнама тасымалдаушысына қарай.

Жарнама мәтіндерін жарнамаланатын объектісіне қарай жіктеу жарнамаланатын заттардың әртүрлі топтарын жүйелеуге негізделген. Мысалы: киім, автокөлік, қызымет түрлері – бұлар заманауи жарнаманың концептуалды құрылымын белгілеуге көмектеседі. Өндірістік іс-тәжірибе барысында жасаған аударма тақырыптарының ішінен түрлі заманауи спорттық және ұялы байланыс қызметтері, Қазақстандағы банктердің жарнама тілі, ірі тұрмыстық тауар дүкендерінің жарнамаларына талдау жасалынды. Жарнамаларға тақырыптық талдау жасау арқылы ең жиі жарнамаланатын тауарлардың қатарына опа-далап бұйымдары мен парфюмерия, азық-түлік тауарлары мен дәрілік препараттар, тұрмыстық техника, киім-кешек, автокөлік жарнамалары кіретіні анықталды. Тағы айта кететіні, бұл концептуалды жинақ кез келген елдің жарнамалық нарығына бірдей десек болады (өндірістік іс-тәжірибе барысында Қазақстан, Ресей, Беларусь және АҚШ-тың жарнамалық нарықтарына талдау жасалды). Алайда, жарнама нарығындағы жалпы жаһандану үдерісіне қарамастан жарнаманың тақырыптық құрылымы мәдени тұрғыдан өзгеше болып келеді: әрбір жекелеген елдегі жарнаманың мазмұны беріліп отырған мәдени лингвистикалық ареалдағы қоғамдық дамудың ерекшеліктерін көрсететін бірқатар айқын айырмашылықтармен сипатталады. Мысалы, Қазақстандық жарнама нарығында Ресейлік нарықпен салыстырғанда этил спирті мен алкоголь өнімдерін, емшек сүтін алмастырыштарды жарнамалуға тыыйым салынған[5]. Мұның себебі: атальған тауарлар халқымыздың мәдени құндылықтары мен қоғамның дүниетанымына қарама-қайшы келеді. Десек те, ең танымал халықаралық жарнамалық тауарлардың слогандары бүгінде қазақ тілді аудиторияда кеңінен қолданылады. Оларды тақырыптық тұрғыда бөліп қарастыруға болады.

Тұрмыстық техника:

«Ең бастысы үйдегі ауа райы – Важней всего погода в доме» (LG компаниясы);

«Біз жұмыс істейміз, сіз демаласыз – Мы работаем, вы отдыхаете» (Indesit компаниясы).

Тағамдар мен сусындар:

«Міне, менің сүйетінім – Вот, что я люблю» (McDonalds мейрамханалар желісі);

«Өмірден бәрін ал – Бери от жизни всё» (Pepsi).

Автокөлік:

«Арманыңды басқар – Управляй мечтой» (Toyota), т.б. ең көп таралған жарнама тақырыптары көптеген елдердің жарнама нарығына ортақ болып келеді.

Сонымен қатар жарнама мәтіндері белгілі бір аудиторияға бағыттылығына байланысты бөлінеді: жасөспірімдер, қыз-келіншектер, іскер адамдар, т.б. Жарнама мәтінінің мақсатты аудиторияға бағыттылығы жарнама объектісімен тығыз байланысты: айтлық, өзін-өзі қамтамасыз ете алатын жас әйелдерге бағдарланған жарнама негізінен қымбат опа-далап бұйымдары, парфюмерия, сәнді киімге жасалады. Жарнаманың бұқара халықтың белгілі бір сегментіне бағытталуы жарнама объектісі сияқты жарнамалық мәтіннің тілі мен стиліне әсер етеді. Айталық, әйелдерге арналған парфюмерия мен опа-далап жарнамалары көп жағдайда талғампаз стильмен және мәтінге ерекше «ұн» беретін түрлі бейнелегіш құралдармен сипатталады.

Ана тіліміздің сауатсыз аудармашылар мен бұрмаланған соракы аудару кесірінен кейде құлкіге қалып жататыны жасырын емес. Әлеуметтік желілерде ерекше белсенділікпен мазаққа айналатын сауатсыз аудармалардың басым көшпілігі жарнама мен биллборд тақталарына тиесілі. Үлкен таралыммен жарнамаланып, барлық ел мен өнірге, кейде тіпті шет елге де шығатын жарнамалардың қазақша баламаларын оқып кейде осыншама сауатсыздыққа таң қаласын, қынжыласын.

Жарнаманың қоғамдағы рөлін нақтылап айтпасақ та белгілі. Қайда барсан да визуалды ақпарат пен жарнамаға толған бұл заманда қазақ тілінің жарнама саласындағы беделі адамды катты қынжылтады. Жасыратыны жоқ, бұл салада қазақ тілі – қосалқы тіл, аударма тіл, оқылмайтын шалажансар тіл. Өз тіліміз өз көшемізден көрінбей жүр. Қоғаммен тең жүреміз, батыс пен шет елге еліктейміз деп өз тілімізде жазылатын айналдырған екі ауыз сөз лозунг пен жарнаманың қисынын келтіре алмай жүрміз. Затты жарнамалу мен таратудың пайдасы мол екенін ескерсек те, тілдің жарнамасы мүлде жоқ деуге

болады. Біз үнемі заттарды жарнамалаудың тіліне назар аударамыз да, тілдің жарнамалауына аса назар аудара бермейміз.

Сонымен жарнаманы біз күн сайын еріксіз көреміз, естіміз, қандай да бір тауар немесе қызмет түрін сатып аларда алдымен соған көмекке жүгінеміз. Сол себепті жарнамалық хабарламаларды аударғанда аудармашы орыс-қазақ тілдері жұбындағы грамматикалық, семантикалық құрылымдардың ерекшелігінен туындайтын тілдік міндеттерге ғана емес (баламалы лексемаларды таңдау, сөз тіркестерін құрау, бейтаныс сөздер мен ұғымдарды түсіну, т.б.), сонымен қатар екі тілді коммуникация үдерісінде қолдану ерекшеліктеріне, яғни жарнамаланатын тауар, қызмет немесе идея қолданылатын әлдеқайда кең контексттен туындайтын коннотация мәселесіне тап болады. Тиісінше, аудармашылық міндеттердің негізіне шынайы экстралингвистикалық жағдайларды ескеру мәселесі де кіреді, ал ол аудармашының когнитивті үдерістерін іске қосуы нәтижесінде жүзеге асатын аударылып отырған жарнама мәтінінің социолингвистикалық бейімделуін талап етеді.

ӘДЕБІЕТ

1. Бекболатұлы Ж. Жарнама негіздері. Оқу кұралы. Алматы: Экономика, 2009. - 160 б.
2. Иманиязова Г.С. Қазақ тіліндегі жарнамалардың тілдік сипаты. – Батыс Қазақстан мемлекеттік университеті, 2016.
3. БегбудиевП. Особенности перевода рекламных текстов - Евразийский Научный Журнал №2 2017.
4. 21, с. 19 –цит. по: Бегбудиева П.
5. Сарманова Ф.Т. Қазақ тіліндегі жарнамалар аударылуы.2013ж.
6. Әбдуәлиұлы Б. Жарнама – ұлттық болмысымыздың да жаршысы /Хабаршы.№ 1, 2011 ж.
7. Қайдаров Ә. «Тіл майданы». Алматы, 2000 ж.
8. Солтанбекова F. «Қазақ жарнамалары: тілдік сипаты және олардың ықпал ету қызметі». Автореферат.Алматы, 2001 ж.
9. Қазыбек Г. «Каз МУ хабаршысы» № 8.Алматы, 2002 ж.

УДК 81-25

Raptaeva Z. S.,
 4 course student
 Speciality: «5B020700-Translation study»
 Almaty, Kazakhstan
 e-mail: zarina_2000_kz@mail.ru

TRANSLATION INCONSISTENCIES AND RISKS IN THE SPHERE OF BUSINESS DISCOURSE FROM ENGLISH INTO RUSSIAN LANGUAGE

The article defines the concept of business discourse and discusses the main problems of translating texts in this sphere. The analysis of translation inconsistencies appearing during translating business information from English into Russian is carried out. The emerging business risks and related translation problems are analyzed and described.

Keywords: Business discourse, interpretation, business communication, translation inconsistencies, negotiations, risks.

Раптаева З.С.,
 студентка 4 курса
 Специальность: «5B020700-Переводческое дело»
 Алматы, Казахстан
 e-mail: zarina_2000_kz@mail.ru

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ НЕСООТВЕТСТВИЯ И РИСКИ В СФЕРЕ БИЗНЕС ДИСКУРСА С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

В статье дается определение концепции бизнес дискурс и рассматриваются основные проблемы перевода текстов данной сферы. Проводится анализ переводческих несоответствий, проявляющихся при переводе бизнес информации с английского языка на русский язык. Анализируются и описываются возникающие риски в сфере бизнеса и связанные с ними проблемы перевода.

Ключевые слова: Бизнес дискурс, перевод, деловая коммуникация, переводческие несоответствия, переговоры, риски.

В связи с тем, что в современном мире идет значительная интеграция, расширение и развитие сферы бизнеса во всех возможных направлениях и странах, бизнес сферы часто приходится обращаться к

помощи переводчиков, где во время перевода, переводчики допускают несоответствия в переводе тех или иных терминов и это может привести к конфликту в процессе самого делового дискурса.

Деловой дискурс является одним из самых распространенных видов коммуникации, который охватывает все возможные вопросы и задачи свойственные бизнес сфере. Стиль делового дискурса очень сильно выделяется среди других видов по многим аспектам, которые очень важно брать во внимание в процессе перевода. Во-первых, это вербальное оформление конкретных речевых регистров, к которым относятся презентации, переговоры, деловая и коммерческая переписка и т.д. Во-вторых, функционирование устных и письменных способов коммуникации в рамках конкретных коммерческих структур. В-третьих, межкультурные исследования переговоров, процесс и результат деловой коммуникации. Также, необходимо учитывать образование в области деловой коммуникации в кросс-культурных контекстах и развитие новых традиций риторической науки применительно к деловой коммуникации.

Кроме стилей делового дискурса существуют четыре разных видов функций коммуникации: познавательная, аргументативная, экспрессивная и социально-ритуальная, которые могут осуществляться во время делового дискурса [1, с. 16-18]. Эти функции во многом влияют на результат самого бизнес дискурса и определяют речевое поведение двух или нескольких бизнес партнеров.

В ходе перевода в сфере бизнеса необходимо учитывать не только стили и функции делового дискурса, но и культурные особенности бизнеса в разных странах для того чтобы избежать переводческих несоответствий. Переводческие несоответствия в основном происходят по той причине, что переводчики не всегда знают различия должностей и структуры бизнес подразделений Соединенных Штатов Америки, Англии и Казахстана. Например, должность «manager» в бизнес сфере часто подразумевает должность «специалиста» в русскоязычных странах, в частности в Казахстане, но с английского оно переводится как «менеджер», в то время как в англоязычных странах, в особенности, в США и Англии слово менеджер часто означает «руководящее лицо». Также, одну из самых распространенных должностей в США «ChiefExecutiveOfficer (CEO)» во многих случаях переводят как «генеральный директор», тогда как его точным переводом является «главный исполнительный директор».

Ещё одно переводческое несоответствие возникает и в британском английском языке при переводе термина «ManagingDirector», который является британским аналогом к американскому термину ChiefExecutiveOfficer. В сфере бизнеса ManagingDirector переводится как «управляющий директор», однако оно должно переводиться как «исполнительный директор». Также, вместе с этим есть множество других примеров переводческих несоответствий, которые широко распространены в деловом общении:

Таблица 1

| Должностные позиции на английском | Переводческие несоответствия | Правильные переводы на русском |
|---|--|--|
| CVO (Chief Visionary Officer) | Исполнительный директор | Стратегический директор |
| COO (Chief Operating Officer) | Заместитель директора по производству | Главный операционный директор |
| CIO (Chief Information Officer) | Главный сотрудник по вопросам информации | Директор по информационным технологиям |
| CMO (Chief Marketing Officer) | Коммерческий директор | Директор по маркетингу |
| CSO (Chief Security Officer) | Старший менеджер по обеспечению безопасности | Начальник/руководитель службы безопасности |
| CISO (Chief Information Security Officer) | Директор по ИТ-безопасности | Директор по информационной безопасности |

Для переводчика очень важно принимать во внимание такие тонкие нюансы между языками и уметь корректно доносить особенно наименования должностей, касающиеся бизнеса потому как в каждой культуре и стране, одна должность может сильно отличаться от другой, в частности, по функциям и даже несмотря на их сходство по звучанию или написанию. Так как основной целью бизнес дискурса является – укрепление сотрудничества между бизнес партнерами разных стран, переводчик должен не просто переводить слово, но и доносить смысл каждого термина для достижения успешных переговоров

и способствования дальнейшему развитию деловых отношений.

В самом начале развития процесса лингвистической теории перевода исследователи заметили различие между межъязыковыми и переводческими несоответствиями, однако С. А. Семко отмечает, что «проблема переводческих соответствий и несоответствий нередко смешивается с проблемой межъязыковых соответствий и несоответствий» [2, с. 49].

В практике, проблемы перевода в бизнес дискурсе могут возникнуть во время перевода наименования бизнес структур, которые слегка отличаются друг от друга по названию. К примеру, в США и Англии, в целом есть четыре основных видов бизнес структур, которые могут отличаться друг от друга по обязательствам и требованиям.

Во-первых, в США бизнес структура “soleproprietorship” на русский язык переводится как «индивидуальное частное предприятие», в то время как в Англии та же самая структура называется “sole trader”, которая на русский переводится как «индивидуальный предприниматель или же ИП». Во-вторых, американская структура “limited liability company” на русский язык переводится как «общество с ограниченной ответственностью или в абривиатуре ООО», в английской бизнес структуре будет подразумеваться под “limited liability partnership”, которая на русском будет звучать как «товарищество с ограниченной ответственностью или ТОО». В-третьих, в Америке бизнес структура под названием “corporation” чаще всего переводится в дословном виде как «корпорация», в то время как правильным переводом этой структуры является «акционерное общество или коротко АО», хотя в Англии структура corporation называется “limited company”, которое в переводе на русском подразумевает “компания с ограниченной ответственностью”, что в русском языке является не совсем распространённым термином, так как в Казахстане больше употребляется русский аналог «общество с ограниченной ответственностью (ООО)», в то время как в иностранном контексте больше употребляется термин «компания с ограниченной ответственностью».

Именно поэтому во многих случаях, когда переводчик сталкивается с термином “limited company”, он/она часто может перевести это наименование не прямым смыслом, а немного искаженным, то есть вместо “компания с ограниченной ответственностью” перевести как «общество с ограниченной ответственностью».

Переводчику необходимо учитывать все возможные варианты употребления тех и иных наименований структур или терминов, употребляемых в сфере делового общения потому что каждый из них, имеет свою отдельную отличительную функцию или обязанность в выполнении каких-либо конкретных задач, а также даже при переводе с английского языка на русский, переводчик обязан различать американскую культуру и английскую культуру в бизнес сфере, так как несмотря на один и тот же язык и схожесть в самих терминах, они могут быть направлены на отличительно разные цели и задачи.

В основном, многие «грубые» переводческие несоответствия, допускаемые в бизнес дискурсе, в результате могут привести к различным рискам в международном бизнесе. Например, самый распространённый вид риска в международном бизнесе является кросс-культурный риск. В основном, он ассоциируется с культурным недопониманием между предпринимателями, что также включает в себя, различия в языках, менталитете и нормах. Данные факторы влияют на мышление, процесс и стиль работы бизнес партнеров, а также предпочтения самих клиентов, так как характеристики иностранных клиентов значительно отличаются от характеристик клиентов на внутреннем рынке.

Одной из значительных и влиятельных ценностей всех культур и стран, которая также входит в кросс-культурный риск является язык. Язык на международной арене воспринимается как мост между двумя или несколькими спикерами, который облегчает сам процесс общения. Каждый язык может иметь свою идентичную лексикологию, которая временами может не совпадать с лексикологией других языков. Во многих случаях, именно из-за отсутствий каких-либо языковых единиц в одном языке могут произойти серьезные недопонимания между иностранными партнерами или потребителями. Например, английское слово “entrepreneur” не имеет никакого эквивалента во французском языке, точно также, как и слово “serendipity” не имеет эквивалента в русском языке поэтому это слово чаще всего интерпретируется как «случайная счастливая возможность делать неожиданные открытия». Такие недопонимания, возникающие из-за культурных различий порождают неадекватные бизнес-стратегии и неэффективные отношения с клиентами. [3, с.12]

Другой вид риска в международном бизнесе является коммерческий риск. Он относится к существенным потерям и неудачам компании из-за плохо разработанных или выполненных бизнес-стратегий. Управляющие лица компаний могут ошибиться в выборах деловых партнеров, сроках

выпуска на рынок, создании характеристик продукта и рекламных тем или слоганов. Обычно, при сотрудничестве с зарубежными представителями провалы по коммерческой линии могут обойтись для компании очень дорого. Для того, чтобы представить свой продукт достойно перед зарубежными предпринимателями, руководящие лица компании нанимают высококвалифицированных переводчиков, именно специализирующиеся в сфере коммерции.

При переводе в данной сфере немало возникали провальные ситуации из-за несоответствующего перевода слоганов. Одно из таких ситуаций возникло с франшизой KFC. Когда компания открылась в Пекине, ресторан случайно перевел знаменитый слоган «пальчики оближешь» на «откуси себе пальцы», что вызвало некоторое недопонимание у посетителей ресторана. Другая ситуация произошла с брендовой компанией, производящей детское питание “Gerber”, которая провалилась в продвижении своей продукции в Эфиопии из-за отсутствия фоновых культурных знаний. Весь провал произошел из-за фотографии ребенка на упаковке самого продукта. Так как в Эфиопии, местные жители обычно рисуют состав содержимого на этикетке продукта из-за высокого уровня безграмотности. По этой причине, жители восприняли эту продукцию как питание сделанную из ребенка, а не как детское питание.

В целом, риски в сфере бизнес дискурса могут быть вызваны по многим различным причинам, но, когда дело касается международного бизнеса, в основном, важную роль играет культура. В бизнес дискурсе необходимо брать во внимание такие культурные различия как стиль коммуникации, этикет и стиль переговоров, для того, чтобы избежать рисков.

Во-первых, стиль коммуникации подразумевает под собой прямое и косвенное общение. В косвенном общении, обычно используются переносные или метафорические формы речи, окличности, мимики, жесты и другие виды языка тела. Такие страны, как Америка, Израиль и Финляндия больше предпочитают прямые разговоры с чёткими и точными ответами на вопросы, в то время как, Япония и Индия более склонны к косвенной коммуникации.

Часто данные различия стилей коммуникации разных стран мира вызывают недоразумения при переговорах и приводят к напряженным ситуациям. Например, бизнес представители из Японии, используя косвенный стиль коммуникации для выражения неодобрения заставляют зарубежных представителей полагать, что их предложение всё ещё рассматривается. Другая ситуация возникла при заключении мирного договора между Египтом и Израилем. Так как Израиль является страной, которая использует прямой стиль речи, в то время как Египет предпочитает косвенную речь их переговоры завершились разногласием. Египетские предприниматели восприняли прямоту своих собеседников как агрессивность и оскорблениe, в то время как, бизнесмены из Израиля отнеслись негативно к их косвенности и заподозрили их в неискренности.

Во-вторых, культурные несоответствия могут относится к этикету. В сфере бизнеса, под термином этикет, чаще всего понимается пунктуальность, которая также различается в некоторых странах. К примеру, Америка, Южная Корея, Япония и Россия являются пунктуальными странами поэтому имея дело с бизнес партнерами этих стран необходимо всегда присутствовать в точно назначенное время. В Германии нужно приходить на приём по крайней мере на 10 минут раньше. Также, в Китае допустимо опаздывать как минимум на 10 минут, в то время как в Мексике считается вполне нормальным опаздывать на деловую встречу на целых 30 минут.

В-третьих, стиль переговоров в бизнес сфере тоже может варьироваться в зависимости от культуры и менталитета народа. Например, испаноговорящие люди рассматривают переговоры как возможность заключить контракт, когда в некоторых азиатских странах переговоры рассматриваются как возможность построить прочные деловые отношения.

Кроме несходств во взглядах и восприятиях деловых переговоров, существуют отличия и в рассмотрении содержания контрактов. К примеру, американцы уделяют огромное внимание тому, чтобы каждая деталь, которая обсуждалась в ходе переговоров, была оговорена в контракте потому что для них сделка приравнивается к контракту, поскольку они больше нацелены на том, чтобы заранее предвидеть все возможные события и обстоятельства, в то время как, китайцы отдают предпочтение на то, чтобы контракт имел только общие принципы, потому что для них заключение контракта означает формирование отношений с зарубежными деловыми партнерами.

Различия в менталитете, культурах и языковых особенностях разных стран требуют от предпринимателей особый подход к каждой стране. Менеджерам различных компаний необходимо знать и учитывать абсолютно все нюансы тех стран, с которыми они задействованы или же желают сотрудничать, чтобы избежать негодований или провалов в продвижении своего бизнеса.

В заключение, исходя из выше перечисленного, можно прийти к выводу, что переводческие несоответствия значительно влияют на сферу бизнеса и могут привести ко многим рискам. Переводчики, как посредники между представителями разных стран должны понимать особенности бизнес культур разных стран и уметь находить правильные эквиваленты в процессе интерпретации с одного языка на другой, уделяя особое внимание на разновидности лексических единиц, а также невербальные средства общения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Семко С.А. Лекции по теории перевода. Н. Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2005. 92 с.
2. Григорьева В.С., Любимова М.К. Элементы теории и практики делового дискурса на материале немецкого и русского языков: учеб. пособие. Тамбов, 2006. 80 с.
3. Cavusgil S.T., Rammal, H., & Freeman, S. (2014). International business: the new realities. Pearson Higher Education AU. 679 с.

УДК 82.25

Репина Елена Олеговна,
Специальность: 5B020700-Переводческое дело
КазУМОиМЯ им. Абылай хана
Алматы, Казахстан
e-mail: elena99or@gmail.com

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА В ПИЩЕВОЙ МИКРОБИОЛОГИИ

Статья посвящена вопросу перевода текстов, относящихся к сфере пищевой микробиологии, и трудностям перевода, с которыми сталкивается переводчик. Также рассматриваются лексико-грамматические особенности перевода медицинских текстов, подчеркивается необходимость обучения профессионально ориентированному медицинскому переводу, выделяются и описываются характерные особенности перевода медицинских рукописных документов.

Ключевые слова: микробиология; медицинская терминология; особенности перевода; эллиптические; лексические; синтаксические аббревиатуры; типы аббревиатур; синонимы; метафора; лексические трудности перевода; «Ложные друзья переводчика»; структура предложения; заимствование.

Repina Yelena Olegovna,
Speciality: 5B020700-Translation studies
KazUIRandWL of Ablaikhan
Almaty,Kazakhstan
e-mail: elena99or@gmail.com

DIFFICULTIES OF TRANSLATION IN FOOD MICROBIOLOGY

The article is devoted to the issue of translation of texts related to the field of food microbiology, and the translation difficulties faced by the translator. Also, the lexical and grammatical features of the translation of medical texts are considered, the need for training in professionally oriented medical translation is emphasized, the characteristic features of the translation of medical handwritten documents are highlighted and described.

Key words: microbiology; medical terminology; translation features; lexical; syntactic abbreviations; types of abbreviations; synonyms; metaphor; lexical translation difficulties; “False Friends of the Translator”; sentence structure; borrowing.

For a long time, treatises on medicine were written in Latin and Greek, so many Latin and Greek terms and concepts were introduced into medical use. Greek-Latin terminology is also used in modern medical language. Knowledge of the meanings of the roots of Greek and Latin origin makes it possible to understand the meaning of these words, as well as reveal the motivation for borrowing them.

Examples:

Pro is a Latin root word meaning for.

Prokaryote

An organism that has a simple cell structure without a membrane bound nucleus or organelles.

Protozoan (protozoa, plural)

A eukaryotic, single celled organism that usually lacks chlorophyll.

Eponyms are proper names that have become common nouns in a particular branch of knowledge. In

medicine, as a rule, these are the names of diseases, various pathological conditions, any concept, method or drug by the personal name of the person who discovered or invented it.

Examples:

Microbiologists have a tradition of naming bacteria after the scientists who discovered or characterized the specific organism. The German pediatrician Theodor Escherich was only 27 years old when he isolated and characterized *Bacterium coli* commune from infant stool samples.² He is unlikely to have had even an inkling that this bacterium would be named after him 8 years after his death, or that it would help revolutionize the fields of biology and medicine. Escherich may also have balked at the honor had he known that adjectives such as “diarrheagenic” and “enterohemorrhagic” would be routinely appended to the organism named after him. More pertinently, it is a somewhat dubious honor since it circumscribes the entire compendium of his work to the discovery of this organism.

Escherich also discovered *Bacterium lactisae aerogenes* (later named *Klebsiella pneumoniae*, in honor of the German pathologist Theodor Edwin Klebs), and defined the fermentation characteristics and growth dependence of these bacteria on carbohydrates in anaerobic conditions. Escherich, in fact, pioneered studies that are being revisited with considerable vigor even today: he was interested in defining and monitoring the flora of the infant intestinal tract, determining the role of the flora in digestion and extending these studies to diseases in infants.

One of the most common reasons for inconsistencies between words similar in sound and spelling is borrowing. As a rule, such words are semantically close, since both the word and its meaning are borrowed. However, in some cases, a discrepancy between the meanings of words in the borrowing language and in the source language is possible, since the word itself and only one of its meanings are borrowed. Partial discrepancy between values, especially under the condition of a general invariant value, often turns out to be less dangerous in practice than one might think.

| | |
|--------|--------------------------------|
| IV/IVC | In vitro / In vivo Correlation |
| IVD | In vitro Diagnostics |

Искусственный, в стекле

Another feature of medical translation is the use of abbreviations and acronyms. Eponyms and acronyms constitute a significant part of medical terminology. Abbreviations and abbreviations reveal a number of grammatical features due to the special tendency of the English language compress, save language resources, and simplify grammatical structures. On the one hand, these are endless opportunities for creating more and more abbreviations, their speedy adaptation in the English language system, on the other hand, these are certain difficulties associated with contradictions in this system, with its imperfection.

First of all, these are the problems of translation of abbreviations. Accuracy and unambiguity of the abbreviation are important in any field of science, but in medicine this problem seems to be vitally important, because, unfortunately, there are frequent cases of harm to the patient, even death, as a result of an incorrect interpretation of the medical abbreviation. In English, there is a tendency to shorten any term.

Examples:

MICR Microbiology

DDSO [di:di:sou] “diamino-diphenylsulphoxide” «диаминодифенил сульфоксид»; TRITC [tri:ti:si:] “tetramethylrhodamine isothiocyanate” «тетраметилродамин изотиоцианат».

DNA

Deoxyribonucleic acid: the store of genetic information inside living cells and many viruses.

| | |
|--------|--------------------------------|
| IV/IVC | In vitro / In vivo Correlation |
| IVD | In vitro Diagnostics |

The translator must also take into account who the information he is translating is intended for. If the translation is intended for patients, one should avoid places and specialized terms and abbreviations (except for widely known and generally accepted ones) that they do not understand. The presence of terms and Latin names is allowed in translations intended for doctors. Latin names and abbreviations used in documents are addressed primarily to medical specialists and traditionally make it possible to unambiguously clarify definitions.

In addition, illegible handwritten text (illegible handwriting of medical personnel) is found in medical records. Moreover, the same concepts have different names depending on the language and region. For example, a term such as “blood test” can be translated into English in several ways: “blood test” and “blood analysis”, although British and American doctors use the special term “complete blood count” (CBC), which

is not mentioned in one dictionary. Modern medical terminology is one of the most extensive and complex in conceptual and content terms systems of terms.

Reading the scientific foreign-language text is a stable motivation increase factor of learning foreign language, therefore in vocational training of modern medical specialist much attention should be paid to professional translation training. The paper is noted the requirements for the use of medical terms and medical vocabulary, including terms used in scientific medicine of other sciences.

The article is concerned with the specific features and difficulties of medical translation of handwritten documents / gives the features of the special medical texts translation. Knowledge of special vocabulary, terminology and abbreviations promotes accuracy and clarity of text transcription into the target language. An experienced translator is sure to properly understand and translate unrelated semantic groups of words that make up the idea of separate segment information in order to do accurate and complete translation of scientific texts or documentation. Competent translation of such specific lexis collocations is also provided by the use of specialized dictionaries, reference books as well as adequate language equivalents used in the target language.

Thus, it follows from the foregoing that medical translation and the terms of microbiology occupies a special position among other types of scientific and technical translation, since it is directly related to human life, his health, and also to the observance of his rights. Medical translation is becoming more and more popular in connection with the development of medicine and microbiology as a science and with the international communication of doctors.

REFERENCES

1. Акуленко В.В. Научно-техническая революция и проблема интернациональной терминологии // Научно-техническая революция и функционирование языков мира : сб. ст. / под ред. В.Ю. Михальченко. М. : Наука, 1977
2. Nida E.A. Toward a science of translating, bible translating. Leiden : Brill Archive, 1964
3. Vinay J.-P., Darbelnet J. Stilistique comparee du francais et de l'anglais. P. : Libr. Beauchemin,
4. Mounin G. Linguistique et traduction. Bruxelles : Dessart et Mardaga, 1976. 276 p.
5. Catford J.C. Linguistic Theory of Translation. L. : Oxford University Press, 1965. 103 p.
6. Lederer M. La traduction simultanee: experiance et theorie. P. : Lettres Modernes / Minard

УДК

Ryspekova A.

4th year student of KazUMO & WL

Specialty: «5B020725 - simultaneous interpreter» e-mail: ryspekova99@bk.ru

Almaty, Kazakhstan

Scientific adviser: Ph.D., Saparbayeva A.M

associate professor KazUMO & WL named after Abylai Khan

SOME TERMINOLOGY ISSUES IN OFFICIAL BUSINESS DOCUMENTS

Modern Russian and Kazakh languages have a complex of lexical means that are intended for use in document texts. The style of business speech is supported by restrictions on the selection of language units. A high degree of terminology, phraseological combinations, as well as clichés is inherent in official business texts. Accuracy in the texts of the official business style is manifested through the use of special terminology. In the scientific field, the term is the main lexical unit denoting special concepts. According to the dictionary of linguistic terms, "a term is a word or phrase of a special (scientific, technical, etc.) language, created (adopted, borrowed, etc.) for the exact expression of special concepts and designation of special objects"

Key words: official business style, term, Kazakh language, Russian language

Рыспекова А.

Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар
 және әлем тілдері университетінің

4 курс студенті

Мамандығы: «5B020725 - ілеспе аудармашы»

электрондық пошта: ryspekova99@bk.ru

Алматы, Қазақстан

Ғылыми көзесші: п.ғ.к., доцент Сапарбаева А.М.

РЕСМИ ИСКЕРИ ҚҰЖАТТАРДАҒЫ КЕЙБІР ТЕРМИНОЛОГИЯ МӘСЕЛЕЛЕРИ

Қазіргі орыс және қазақ тілдерінде құжаттық мәтіндерде қолдануға арналған лексикалық құралдар кешені бар. Искери сөйлеу мәнері тілдік бірліктерді тандаудағы шектеулермен қамтамасыз етіледі. Терминологияның,

фразеологиялық тіркестердің, сондай-ақ клишлердің жоғары дәрежесі ресми іскери мәтіндерге тән. Ресми іскери стиль мәтіндеріндегі дәлдік арнайы терминологияны қолдану арқылы көрінеді. Ғылыми салада бұл термин арнайы ұғымдарды білдіретін негізгі лексикалық бірлік болып табылады. Лингвистикалық терминдер сөздігіне сәйкес «термин - бұл арнайы (ғылыми, техникалық және т.б.) тілдің сөзі немесе сөз тіркесі,

Түйінді сөздер : ресми іскери стиль, термин, қазақ тілі, орыс тілі.

Ресми-іскерлік стиль мемлекеттік билік пен халық арасындағы, елдер арасындағы, кәсіпорындар, ұйымдар, мекемелер арасындағы, жеке тұлға мен қоғам арасындағы ресми қарым-қатынас құралы болып табылады. Мұндай мәтіннің негізгі белгісі, тұтастай алғанда, шекті дәлдік болып табылады. Басқаша айтқанда, іскерлік мәтінге мазмұндық толықтық, дәлдік, айқындылық, конструкциялардың үлкендігі тән. Тілдегі термин сөздер қолданумен жүзеге асады. «Іскерлік тілдің стильтік белгісі - басқаша талдауға болмайтында дәлдік - арнаулы терминология қолдану арқылы жүзеге асады», «Іскерліктілдің өзіне тән ерекшелігі - бір сөздердің, әсіресе терминдердің қайталана беруі». Терминдер орыс тілші ғалымы Г.О. Винокур айтқандай “ерекше сөздер емес, ерекше міндетті атқаратын сөздер” болғандықтан, ресми-іскерлік стиль саласында да ерекше қызметті атқарады. Ресми-іскерлік саладағы термин, терминология мәселелеріне тоқталмастан бұрын, жалпы тіл білімінде термин, терминология, терминдердің сипаты, қоғамның басқа салаларындағы қызметті жөніндегі ғалымдар еңбектері, зерттеулеріне шолу жасауқажет. Бұл әрекет қоғамның басқа салаларында термин жасау, қолданудағы кемшіліктер, қындықтардың – ресми-іскерлік салага да қаншалықты қатысты екендігін анықтауға мүмкіншілік береді. Қазақ тілбілімінде терминология саласының қалыптасуында қазақ ақыны А.Байтұрсынұлының алатын орны ерекше. «Ол жүздеген тіл, әдебиет және жалпы мәдениетке қатысты терминдерді жасап, оларды қолданысқа енгізе отырып, өз замандастарына ана тілінде термин жасаудың жарқын үлгісін көрсете білді» Сонымен қатар бұл мәселелерді алғаш рет көтерген қазақ зиялышары М.Әуезов, Х.Досмұхамедұлы, Н.Төреқұловтар. Кейінгі жылдарда термин, терминология төңірегіндегі тілшіліктердің К.Мұсаев, Ә.Қайдаров, Ә.Айтбаев, Б.Қалиев, А.Әбдірахманов сияқты тілмамандарының зерттеуенбектері жарық көрді.

Орыс тілші ғалымдары ресми-іскерлік құжаттарда қолданылатын терминдерді бірнеше топқа бөледі

1. Тек кеңсе тіліне тән арнаулы лексика. Бұл ресми-іскерліктильдің басқару

Саласындағасырлар бойы қалыптасқан сөздер: мысалы, надлежащий(дұрыс), завизировать (қол қою), должный(міндетті) т.б.

2. Ресми-іскерлік стильтің арнаулы термин сөздері басым көпшілігінде етістіктен жасалған зат есімдермен белгіленеді: исполнение (орындау), решение (шешу), нахождение (табу) т.б.

3. Арнаулы салалық лексика. Бұл құжаттар тілінде белгілі бір саладан келген терминдер. Олар ғылымдаған емес, құжаттар тілінде де қолдануға ынғайлы. Бұл құжаттар да заннамалық, финансстық, дипломатиялық терминдер қолданылады: көлісім, лицензия, кодекс т.б., финансстық құжат құрастыру үшін-осы саладан қаржы, кредит, бартер, крилинг, лизинг т.б. сөздерді пайдаланады.

4. Адамдардың қызметі, лауазымы, іс-әрекетіне қарай ататын атаулар: күйегер, қызметкер, доцент, заказ беруші т.б. Мысалы, адам деген сөз ресми құжаттарда - азамат, жолдас, телефон станциясында - абонент, ательєде - заказ беруші, шаштаразда - клиент, ауруханада - наукас, санаторийде - демалушы, танығушы, транспортта - жолаушы т.б. болып айтылады.

Қазақ тілінің сөздік коры бұрыштама / виза/, екінші нұсқа /дубликат/, хаттама /протокол/, төлкүжат /паспорт/, парақша /листок/, сауалнама /анкета/, жарғы /устав/, мадақтама /грамота/, алғысхват - благодарственное письмо, анықтама - справка, ашықхат - открытка, лездеме - летучка, өтінім - заявка, адресат-қабылдаушы, адресант-жолдаушы, биография-өмірбаян, компетенция-құзіреттілік, реквизит-деректеме, рекомендация-ұсыныс т.т, тікелей орыс тіліндегідей атаулармен қолданылып келген терминдердің жаңаша нұсқасымен толығып, тіл байлығын арттыруды. Бұл сәтімен табылған сөздерің аудармалары да көпшіліктің көнілінен шығады, қазақ тілінде сәтті орын тапты деп айтуга болады. Өйткені бұл сөздердің қай-қайсын алсақ та қазақша нұсқалары құлаққа жағымды, айтуга женіл, ең бастысы - орысша мағынаны дәлме - дәл жеткізе алған. Терминге қойылатын талапқа қажауап бере алмайтын сәтсіз жасалған терминдер бар. “Шошқамойын (паротит), ыңқылап (революция), мұдір (директор), құлтемір (робот), құлакілдірік (наушник) сияқты сөздермен терминдер қатарын қөбейткеннен келерпайда шамалы. Керісінше, жағымсыз пікірлердің туындалап, терминологиядағы жүйеліктің бұзылуына себеп болады. Қазіргі кезде де қазақ тіліне орыс тілі арқылы латын, грек, ағылшын, француз, неміс, итальян, араб, парсы, т.б. Тілдерден көптеген терминдер енген. Латын

тілінен: деректемелер - реквизиты (reguisit), тұжырымдама - концепция т.б. Грек тілінен: домалақ арыз - анонимка (anonymos), ісжүзінде - практический (praktikas), рақымшыл - амнистия (amnistia) т.б. Неміс тілінен: мәжіліс - парламент (parlament) т.б. Француз тілінен: дипломат - дипломат (diplomate), баянат - рапорт (rapport), төрелік сот - арбитражный суд (arbitrage), түйіндеме - резюме (resume), төлкүжат - паспорт (passeport).

«Қазақорыс, шет тілдерінің сөз материалдары арқылы жасалған терминдер біздің халқымыздың ұлттық байлығына қосылған мол үлес болып табылады». Бұғынгі күні тілші - мамандарды, тіл жанашырларын толғандырып жүрген реcми - іскерлік тілдегі терминология мәселелеріне тілдегі алақұлалыққа апаратын құбылыс ретінде емес, тіліміздің байлығын арттырып, дамуына ықпал ететін оң шешімге апаратын жол есебінде қарауымыз қажет сиякты.

ӘДЕБИЕТ

1. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. -М.; Просвещение, 1983.
2. Лозина Н.М. Делопроизводство в системе государственного управления. -М., 1982.
3. Құрманбайұлы Ш. Қазақ терминологиясы дамуының кезеңдік сипаты. Елорда. -Астана - 2002.
4. Айтбаев Ө. Қазақ терминологиясы. Алматы, Ғылым, 1988.
5. Сборник Терминология и культура речи. -М.; Изд. Наука. 1981
6. Қазақ ономастикасы мен терминологиясының өзекті мәселелері. «Информ - А». -Алматы - 2005. Ы. Ақайұлы. Терминнің колданыс аясы.
7. Дүйсембекова Л. Іс қағаздарын қазақша жүргізу. -Алматы. Ана тілі. 2000.
8. Есімболова М. Мемлекеттік тіл және жаңа әдістемелер.
9. Сыздыкова Р. Қазақ әдеби тілінің тарихы. -Алматы: Ана тілі, 1993.

УДК 81.25

Saulebek A.

4-th course student
 KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan
 e-mail: abaevna23@mail.ru

SPECIFICS OF LEGAL DOCUMENTATION AND PROBLEMS OF TRANSLATION FROM ENGLISH INTO KAZAKH

The article is concerned the features of translation of legal documents, as well as the types of translation transformations used in the translation of legal documents, the issues of translation from English into Kazakh.

Keywords: legal documentation, translation transformations, legal terms

Сәулебек Арай
 Абылай хан атындағы Қаз XҚЖӘТУ
 4-курс студенті
 Алматы, Қазақстан
 e-mail: abaevna23@mail.ru

ҚҰҚЫҚТЫҚ ҚҰЖАТТАМАНЫҢ АҒЫЛШЫН ТІЛІНЕН ҚАЗАҚ ТІЛІНЕ АУДАРУ ЕРЕКШЕЛІГІ

Макалада заң құжаттарын аудару кезіндегі ерекшеліктерді, сондай-ақ заңды құжаттарды аудару барысында колданылатын аударма трансформация түрлерін, ағылшын тілінен қазақ тіліне аудару мәселелері қарастырылады.

Кілт сөздер: заңдық құжаттама, аударма трансформация түрлері, заң терминдері

Барлығымыз билетіндей бір тілден екінші тілге аудару бұл адамның тілдік іс-әрекетінің бір түрі. Адамзат қоғамының даму тарихында әртүрлі этникалық топтар бір-бірімен сауда, әскери, экономикалық, саяси, ғылыми және басқа да қатынастарда болды және аудармасыз тілдесу мүмкін болмады. Әл қазір бір тілден екінші тілге аудару ең алғаш рет қашан пайда болғанын нақты айту киын, бірақ бұл әр түрлі тілдерде сөйлейтін адамдар арасында қарым-қатынас жасау үшін кезде қажет болғаны анық. Аударма адамдарға байланыс орнатуға, бір-бірін жақсы түсінуге және мәдени кедергілерді женуге көмектесті. [1, 9 б]

Заң тілі бұл заң ақпаратын беру және өндөу әдістерінің жиынтығы. Заңды аударма бұл заңды құжаттаманың, құқық белгілейтін және құрылтай құжаттарының, келісімшарттардың және елшіліктерге арналған жеке құжаттардың аудармалары. Заңды тілдің элементтері келісім шарттарда, жарғылар, күәліктерде, анықтамаларда және басқа да жалпы қолданыстағы құжаттарда кездеседі. Заңгерлер басқа тілдерге, соның ішінде қазақ тіліне аударуды талап ететін әртүрлі халықаралық құжаттамалармен бетпебет келеді. Заңды аударманың мақсаты бір тілдегі мәтіннің мағынасын басқа тілдің көмегімен жеткізу ғана емес, түпнұсқа мәтіннің мазмұнын ынғайсыз жағдай орын алмайтындағы етіп екі тарапқа да түсінікті түрде аудару.

Аударма қызметі саласында заң құжаттамаларын аудару үлкен сұранысқа ие. Заңды құжаттамаларды аударудың күрделілігінің себебі тек тілдік ерекшеліктерде ғана емес, сонымен қатар мемлекеттегі заңнамалық және сот жүйелері бойынша негізделгендейтінде. Ис жүзінде заңды құжаттарды ағылшын тілінен қазақ тіліне аудару белгілі бір сөздік қор мен терминдері бар мәтіннің үлкен байлығымен жүреді. Аударма кезінде түпнұсқа құжаттың лексикалық және грамматикалық элементтерін әртүрлі тәсілмен беруге болатындығын есте ұстаган жөн. Аудармашы толық әрі дұрыс түрдегі аударманы беру үшін лексикалық, грамматикалық, стилистикалық және басқа трансформация түрлерін, калька, транслитерация, транскрипция және аударманың басқа әдістері мен тәсілдерін қолдана алады.

Заң құжаттамаларын аудару сұраныстағы аударма түрі болғанымен, оны аудару көп уақытты қажет етеді. Себебі кез-келген кішігірім қателіктер немесе ескерілмеген сөздер әр тараптардың арасында бірқатар заңды мәселелерді тудыруы мүмкін. Заңды аудармалар накты терминдерді терең білуді және мағынасына назар аударуды қажет етеді. Глоссариймен жұмыс істеу және қысқа мерзімді жад құру заңды құжаттарды аудару кезінде осы қыындықты шешудің ең жақсы әдісі бола алады. Бұл сонымен қатар аудармашылардың уақытын үнемдейді және аударма қателіктерін азайтады.

Заң терминдері бұл заң құжаттарының негізгі болып табылады. Заң термині белгілі бір құқық саласының тұжырымдамасын білдіретін, осы саланың ұғымдар жүйесінің бөлігі болып табылатын және нормативтік құқықтық актілерде, окулықтарда, заңдық сөздіктер мен энциклопедияларда накты, ресми көрсетілген анықтамасы бар сөз немесе сөздердің тіркесі.

Заңды терминдерді аударудың бірқатар жолдары:

1. лексикалық эквивалентті аудару;
2. транскрипция немесе транслитерация;
3. калькалау;
4. сипаттамалық аударма;

Сонымен қатар аударманы жүзеге асыру барысында жазбаша немесе дыбыстық ұқсастығы бар және мағынасы жағынан сәйкес келетін сөздерді олардың графикалық формасында ұқсастығы бар сөздерден ажыратса білу қажет. Әсіреле «аудармашының жалған достары» санатындағы сөздер аудармашылар тарапынан ерекше назар аударуды талап етеді. Себебі олар оңай болып көрінгенімен, қателіктер тудыруы мүмкін. Мысалы, *blue (green) bag* (адвокат портфелі), *battery* (ұрып соғу, азаптау), *examination* (жаяп алу, тергейу), *fine* (айып, айып салу), *information* (шағым, айыптау туралы арыз) және т.б.

Заң құжаттарын ағылшын тілінен қазақ тіліне аударған кезде калькалау да қолданылады. Ол кезде мағынасы бойынша ең жақын баламасы таңдалады. Мысалы, *advocate* - қорғаушы, *bankruptcy* - банкроттық, *argumentation* - дәлел ұсыну, *boycott* - наразылық көрсету және т.б. Ал транскрипция немесе транслитерация өте сирек кездеседі. Мысалы, *barrister* – барристер, *coroner* – коронер.

Сондай-ақ, емлесі әр түрлі, бірақ айтылуы бірдей сөздерге де назар аударған жөн. Мысалы *steal - steel*, *caught - court*, *cell - sell*, *warn - worn* сияқты сөздер ағылшын тілінде өте көп. [2] Алайда, қазақ тіліне аударған кезде бұл сөздердің мағынасы басқаша болуы мүмкін. Бұндай жағдайда аудармашы өте қырағылық танытып, мағынасын толық түсіну үшін бастапқы мәтінді мұқият оқып шығуы керек.

Басқа кәсіби аудармалар сияқты заң құжаттамасын аударудың қыындығы сөйлемдерді қарама - қайшылықсыз және түсінбеушіліксіз біртұтас мәнде байланыстыру. Бұл аударма түрінде ерекше дәлдікті қажет етеді, яғни сіз қандай да бір сөйлемді шамамен мағынасы бойынша аудара алмайсыз. Тіпті құжаттаманы аударудағы ұсақ қателіктер мен дәлсіздіктер оның мағынасын дұрыс түсінбеуге және соның салдарынан кез-келген дұрыс емес әрекетке итермелуеге әкелуі мүмкін, мысалы, арыз жазу, сотқа жүргіну.

Тұнысқа

The Migration Service is one of the main directions of the Ministry of Internal Affairs, which carries out inter-agency coordination and implementation of state policy in the field of migration, monitoring, analysis and forecasting of migration processes. Қазақстан Республикасының мәселелері as well as organization of work on refugees and citizenship of the Republic of Kazakhstan.

Бұл сөйлемді аудару кезінде аударма трансформацияларының 3 түрі қолданылды. Біріншіден, ағылшын тілінен қазақ тіліне «the Migration Service» тіркесін **калькалау** арқылы аударған. Екіншіден грамматикалық трансформация, соның ішінде **грамматикалық аударма** да кездеседі. Үшіншісі «monitoring» сөзінің **транслитерациялануы**.

Inter-agency coordination of central state and local executive bodies on the implementation of state migration policy; Мемлекеттік көші-қон саясатын іске асыру мәселелері бойынша орталық мемлекеттік және жергілікті атқарушы органдарды ведомствоаралық үйлестіруді қамтамасыз етеді;

Бұл сөйлемде «local executive bodies» тіркесін аударғанда **кальканы** қолданған. Себебі «жергілікті атқарушы органдар» тіркесі қазақ тілінде, заң саласында кеңінен қолданылады. Сонымен қатар сөйлемнің соңында толық аудармада қол жеткізу мақсатында «қамтамасыз етеді» сөзін қосқан.

Presentation of the results of monitoring of migration processes to the authorized body on the formation of state policy in the field of population migration; Көші-қон процестерін мониторингілеу нәтижелерін саясатты қалыптастыру мәселелері жөніндегі уәкілдепті органға ұсынады;

Осы абзацты аудару кезінде **«word order change»** трансформация түрі қолданылған. Себебі, ағылшын және қазақ тілі сөйлемдерінің құрылымдары әртурлі болғандықтан. Соңай-ақ, осы сөйлемді аударған кезде «monitoring» сөзі **транслитерация** арқылы қазақ тіліне аударылғанын көрсетуге болады.

Implementation of reception of citizens, timely and full consideration of oral and written statements, appeals and proposals of citizens, makes decisions on them; Азаматтарды қабылдауды, азаматтардың, лауазымдық шарттарды, қаруады жүзеге асырады, олар бойынша шешімдер қабылдайды;

Бұл сөйлемнің аударылған бөлігінде бірнеше сөздер қосылған, себебі абсолютті дәлдікке жету үшін сөйлемнің кейбір бөліктерін ауыстыру қажет.

Registration of foreigners and stateless persons;

Шетелдіктер мен азаматтығы жок адамдарды есепке алууды және тіркеуді жүзеге асырады;

Assistance to refugees in obtaining information on relatives living in the country of origin;

Босқын деп танылған адамға өз құзыреті шегінде шыққан елінде тұратын туыстары туралы ақпарат алуға көмек көрсетеді;

Екі сөйлемнің де аудармасының мағынасын толық түсіну мен дәл беру үшін қосымша сөздер қосылған.

Сонымен, жоғарыда айтылғандарды сараптай келе айтارым, заң құжаттамаларын аудару онай емес. Қебінесе заң құжаттамаларын шет тілінен қазақ тіліне немесе керісінше аударған кезде аудармашының жалпы дағдылары жеткіліксіз болып жатады. Бұл тілдік дағдыларды, құқықтық білімді және жылдамдықты қажет ететін күрделі міндет. Занды аударма заң ғылымина және құқық саласына тән барлық ерекшеліктер мен нақты терминдерге қанық болуы керек. Заң ол жеке тұлғаның мемлекетпен және басқалармен қарым-қатынас нормаларының дамуын көрсететін көптеген ұлттық-мәдени ерекшеліктердің болуымен сипатталатын гуманитарлық салалардың бірі болып табылады. Занды құжаттар мақсатына байланысты нақты және анық болуы керек, оларда іс-әрекеттің нысандары мен даулы мәселелерді шешудің принциптері, қоғамдағы әлеуметтік мінездүлханалады.

ӘДЕБІЕТ

1. Введение в переводоведение / И. С. Алексеева. - 6-е изд., стер. - СПб. Издательский центр «Академия», 2012. - 368 с.
2. Окушева Г.Т., Жанаділова З.М., Еркінбаева Л.Қ. Ағылшынша-орысша-қазақша заң терминдерінің сөздігі. Алматы: Нұр-пресс, – 2006. – 106 бет.
3. <https://www.gov.kz/memleket/entities/qriim/activities/53?lang=en>
4. <https://www.gov.kz/memleket/entities/qriim/activities/53?lang=kk>
5. www.multitran.ru

PECULIARITIES OF SIMULTANEOUS INTERPRETATION IN THE FIELD OF DIPLOMACY

This paper is about peculiarities of simultaneous interpreting within the frames of diplomatic communication. It demonstrates the vital characteristics which are incumbent upon diplomatic interpreters as well as the methods to inoculate them. Furthermore, this paper illustrates some pivotal moments in interpreting discourse of historic significance which undegird the idea of an impeccable simultaneous interpreter. Moreover, diplomatic ambiguity and the necessity of it in respect to facilitation of interpreter's work are discussed.

Key words: simultaneous interpretation, diplomacy, ambiguity, communication, mediation

Сабитова Жанна

Абылай хан атындағы Қаз XКЖӘТУ

4-курс студенті

Алматы, Қазақстан

E-mail: wouldbeperfection@gmail.com

PECULIARITIES OF SIMULTANEOUS INTERPRETATION IN THE FIELD OF DIPLOMACY

Бұл жұмыс ілеспеге аударманың дипломатиялық қатынастардағы ерекшеліктерін қарастырады. Дипломатиялық аудармашыларға міндетті басты мінездеме туралы және оны игеру жолдарын талқылайды. Оның үстінде, аударма дискурсында тарихи маңызы бар жағдайлар көрсетілген, ері ол мінсіз аудармашы бейнесін нығайта түседі. Сонымен қатар, дипломатиялық қосмағыналылық және оның аудармашы жұмысын тездетуде қажеттігін зерттейді.

Кілт сөздер: ілеспеге аударма, дипломатия, қос мағыналылық, байланыс, делдалдық

Diplomacy has been the mainstay of the relations between the countries around the world since the beginning of time. It served as a warrant of peace, security and development in ancient times and till now it is a token of peacekeeping and negotiations among states in order to fend off any kind of issues jeopardizing the quietude on the planet. There is even unwritten concept of diplomatic language and behaviour which are incumbent upon interpreters and translators due to the simple fact that they are bestowed upon with the power of connecting, leading two parties to the consensus and comprehending each other's intentions. As Ambassador Raimundo Bassols stated at a lecture in Salamanca, Spain, 2004: "When a diplomat says "yes", he means "perhaps". When he says "perhaps", he means "no". When he says "no", he's no diplomat." [1] As it can be seen from this quotation, diplomacy and involved individuals, as diplomats, and their interactions are very controversial and quite tricky. It is easy to be befuddled by their conversations and sometimes even impossible to anticipate the final result, consequently these kind of obstacles make the process arduous for interpreters in particular, but never impossible to manage.

Simultaneous Interpretation is a type of interpretation where an interpreter conducts three operations at the same time: listening and understanding, rendering the message from source language into target one and speaking it out, only leaving behind for 2 and 3 seconds. They work in the booth with their headphones on and one counterpart along with them at international meetings, briefings and Summits so on and so forth. This type of interpretation within diplomacy differs significantly from the usage of consecutive interpreting in terms of speed, time and applied techniques. While interpreting simultaneously, all potential decisions are made in the range of 2 and 3 seconds, as which tone and intonation should be used, which vocabulary incorporates the notion right, even where to pause or to avoid any hesitations. As consecutive translator has sufficient time at their disposal to avert failures in choosing in the spacious spectrum of words and voice setting, it eases the process and boosts confidence in the correctness of translation.

There are several factors which affect smoothness and fruitfulness of interpretation process. They are divided into external and internal factors. They include trustful relationships between speaker and interpreter; interpreter's background knowledge and his/her familiarity with subject matter; experience and fluency of their language; flexibility in unprecedented situations; ability of ironing out difficulties; concentration, appreciation of nuance, the ability to read body language, and the capacity to marshal all of these abilities and select instantly the appropriate term from a wide variety of options; deep inside being a true diplomat. Let us look at each of these factors and elaborate on them.

First and foremost is trustworthy sense of bonding between two main actors of the whole procedure known as rendering and perception of data. The speaker, in our case diplomats, Presidents, Vice presidents and Secretaries, and a professional oral translator should get along with each other and understand the importance of their work in the first place owing to the fact that if they ignore credibility and reliance, everything will end up exacerbating the lives of one another and even worse deterioration of the situation and negating the main aim which is to achieve the best mutual outcome for two parties involved in the diplomatic process: be it negotiation or summit. Diplomatic interpreters must be familiar with dress codes, etiquette, demeanor, the correct form to address dignitaries, tact, and savoir-faire, the principles of being discreet and of not censoring. However, sometimes they must use harsh language when the source does so. In December 1983 then vice president George H.W. Bush went on a secret mission to El Salvador in a civil war. Stephanie Van Reigersberg, when head of the interpreting division of the Office of Language Services of the U.S. Department of State was assigned to accompany him. Bush was there to deliver a warning to a group of military commanders about the government's death squads. Secret Service agents recommended the vice president call off the meeting, but he refused. "*Basically, he cursed them out*" Van Reigersberg said. "...*having a woman interpreter using that kind of language really got their attention*". After the meeting, she realized that she had been so concentrated on her work she had lost any sense of danger until Bush remarked: "...well, I almost got us both killed, didn't I?" This vivid example of interlinked trust between speaker and interpreter shows that it is indeed essential in order to attain prerequisite results, especially when it comes to diplomacy and politics.

Sometimes interpreters are cultural advisors and history consultants, in other words, interpreters are the flashlights of diplomats, leading them all the way to the light in the end of the tunnel. For example, Harry Obst, who interpreted for seven U.S. presidents during his career, and was the head of the U.S. Department of State Office of Language Services, recalls how President Lyndon Johnson, who ascended to the presidency suddenly when president John Kennedy was killed, was eager to tap interpreters' wisdom: "...*Johnson would caucus with me before the meeting, and he would say, 'Look, do you know this person? What is he like? Is he devious? Is he straightforward? It is best to raise a subject straight on or fish around it a bit?*" (Harry Obst. "White House Interpreter: The Art of Interpretation". ISBN-13:978-1452006154).[2] This example demonstrates the vitality of conciliatory relations, through which they can bolster up each other and undergird the meaning within their common message.

Diplomatic interpreters are not selected randomly, they are all chosen according to the existing protocols of each country. They are trusted, certified and tested professionals who have been recognized for their competence and field of expertise. Thoroughness is essential in this work; it is never a matter of finding an equivalent or substituting a word; the interpreter must understand the thought expressed and its underlying meaning to be interpreted. Interpreters need to know the specialized jargon and background information. Their experience, knowledge and interpersonal skills, proficiency of language are taken into consideration before they start building bridges across the continents. Their wide range of experience and background knowledge play a pivotal role, as they might face any kind of challenges, the ramifications of which can be an issue of life and death. Words are so important in diplomatic interpreting that sometimes they can set the mood for a negotiation: During a U.S.-Soviet summit in Washington, D.C. in December 1987, president Reagan welcomed his cold war rival Gorbachev to the White House to discuss peace. During the official welcoming ceremony, Reagan stated that: "...*today marks a visit that is perhaps more momentous than many...because it represents a coming together not of allies, but of adversaries...*" The U.S. interpreter on that occasion was Dmitry Zarechnak, and the Soviet interpreter was the legendary Pavel Palazhchenko. When it came the time to interpret the speech, Zarechnak told National Public Radio (NPR) in 2001 he was "...*agonizing over the word adversaries*" because the Russian word for "adversaries" *protivniki*, sounds similar to a word that means "*disgusting*": *protivnyi*. "...*In English, you can have a noble adversary. In Russian it sounds terrible...*" he added.[3] Instead of repeating the word "adversaries", Zarechnak used a Russian word for "competitors" which Gorbachev liked. This same word was used by president Trump when he was asked if president Putin was his enemy and he replied that "...*I have always said he is (my) competitor...*" (National Public Radio NPR).

Some claim that interpreters are partaking in making history and contributing to the further advancement of status quo in the world, which is undeniably true, that's why the whole decision-making should not be taken rashly or inadequately. For this reason, interpreters should enhance and enrich their competency and expertise in order to ward off any discrepancies with the reality. In addition, they have to be able to handle disputes and reconcile, without appending anything from their personal opinion and supporting one part, as it would be unprofessional and against the etiquette. On October 23, 2000, Madeleine Albright, U.S. secretary of State

under President Bill Clinton, met former North Korean leader Kim Jong Il. Albright had the services of U.S. Department of State Senior Korean interpreter Tong Kim. Albright's mission was to persuade the regime to abandon its long-range missile program. To prepare, Tong Kim learned arms control jargon, reviewed top-secret briefs, and read a dozen books on nuclear bombs. Kim later stated that he "...kept...reading every article in newspapers and academic journals..." He says that when he began interpreting him "*speak like a South Korean, and they did not seem to appreciate it...*" so he perfected a North Korean accent and dialect: "*I picked up their language, their intonation, their dialect...and that gives them some trust...*" [4](National Public Radio NPR

One more thing needed for a highly professional diplomatic interpreter is a strong stamina, which is basics of overall mental and physical health as well as capability to relax and let the brain pacify for a while, by virtue of being under constant pressure and stressful, tiresome and tense environment. Furthermore, diplomatic interpretation requires alertness, self-control, power of observation over a long period of time. They can be convened to work any time with not appealing conditions as cold conference room or scorching ventilators all over the hall, nonetheless they should focus only on work and not be derailed by some minor obstacles. Nevertheless, interpreters are humans, so it is totally fine to make mistakes, as people learn from fallacies and failures. Take the example of a discussion on an open skies proposal between the 41 president of the United States, George H.W. Bush, and Soviet leader Mikhail Gorbachev in 1990, Soviet interpreter Igor Korchilov said the word "*verifying*" in English, instead of the correct term "*verified*". Everybody in the White House Cabinet Room looked at him, including Gorbachev who quickly said: "*No, no. I never said that...*" On an interview with National Public Radio (NPR) in the United States, Korchilov remarked: "*...To this day, I still feel extremely embarrassed...*" On his memoir, Korchilov wrote: "*...At the moment I wished the earth could swallow me up...*" He then addressed President Bush to apologize, and the American president replied: "*...Relax, the good news is that you didn't start World War III...*" He then apologized to Gorbachev who said something all interpreters need to remember: "*...Oh, don't worry, Igor. Only those who do nothing make no mistakes...*" (Korchilov Igor, "Translating History: 30 Years on the Front Lines of Diplomacy with a Top Russian Interpreter).[5] Igor Korchilov made a mistake, but he was a great interpreter who worked as Gorbachev's interpreter from 1987 to 1990.

Setting and Message in Diplomatic Communication

Nowadays, "conducting multilateral diplomatic or economic relations in the multilingual mode has become the standard way to do business" [6]. Hence, diplomats are often brought to resort to interpreting services, not being able to understand nor learn the language of each and every partner. Unlike ordinary daily communication, interpreter-mediated communication requires a typical setting. In an interpreter-mediated communication setting, conveying the message or the meaning intended by the speaker is critical as diplomatic communication is comprised of several layers and has its own attributes or characteristics. First though, let us investigate the centrality of the message and setting in diplomatic communication.

The word 'communication' is regularly utilized in near affiliation with the concept 'message'. Communication and message hold something in common. The concept of communication derives from the "Latin word *communicare*, meaning 'to make common to many, share, impart'"[7]. To communicate data or meaning is to confer or to communicate message or meaning. As Alleyne (1995) puts it, inborn to the definition of communication is the thought of sharing, and communication cannot happen unless something is shared. That which is made common and shared or conferred is the message. Message "is defined not as the statement produced, i.e., the verbal materialization of a communicative intention, but as the information that the sender wants to get across to the receiver and around which the verbal statement will be constructed" [8]. To get a message or a chunk of data over is to create somebody get it what it implies. The ultimate objective of a communicative act is to send or share a message, to give or exchange information. Agreeing to AIIC (2004), the proficient mediator is compelled to communicate the speaker's aiming messages as precisely, steadfastly, as completely as conceivable whereas, at the same time, guaranteeing the rendering is evident and enthusiastic and happens in a familiar, expressive and communicative way.

Diplomatic Communication

Political communication continuously suggests perusing between the lines. Its uncertainty almost automatically deciphers into conversation approximately interpretability by taking off room for more than one incompatible translation, and in this way deciphers into conversation almost an 'open space' of interpretation [9]. This accounts for both the denotative level and the meta-communicative level on which political communication happens. The denotative level "is the level that deals with what we say – our words, the straightforward verbal

content of our messages" [10](Rossiter, 1998). The interpreter's task is made easier if each word by the speaker corresponds to or matches with one denotation or explicit and direct meaning. Unfortunately literal (or word for word) interpreting does not always work. In a diplomatic setting, the interpreter needs to rise beyond individual words and consider the context within which they are spoken in order to allocate accurate meaning to them.

Diplomatic discourse stands out by virtue of its own unique characteristics. Robinson (2003) insists on the strange nature of diplomatic communication, which is remarkable for its deliberately distortive dialogical acts, uncooperative acts, as well as the whole range of pretending, evading, manipulating, and the like, which can lead to misunderstanding and, therefore, to misinterpretation. Language in diplomatic communication is "made strange through unusual combinations of words and images. Because it is made strange, our attention is drawn to language itself, in contrast with ordinary communication where we are generally not aware of it" (Holloway, Byrne and Titlestad, 2001, pp.9-10). The strangeness of diplomatic communication is not fortuitous. Diplomatic communication is designed to yield results. The unusual nature of diplomatic communication is aimed at producing the desired effect in the receiver, i.e. the party for which it is intended. By using ordinary words or phrases in strange and persuasive form, diplomats hope to attain their goals. Summits and conference strategy are the two conspicuous shapes of diplomatic communication. The term 'summitry' alludes to a high-level assembly that brings together highranking authorities, counting heads of states, prime priests and remote priests. Dinh describes summitry as "face-to-face, interpersonal communication between heads of nation states or their highest representatives"[11]. A conference, on the other hand, is a more casual type of meeting of different parties or delegates.

The premise underlying this peculiar mode of 'diplomatic engagement' was that the international disputes of the day, even the crises, were really just disagreements between reasonable gentlemen. If those gents could only be gotten into a room together to talk things out, the wishful thinking ran, a peaceful settlement agreeable to everyone could surely be reached" [11]. Summits and conferences – the two types of diplomatic communication – laid the foundation for diplomatic gatherings. Summits and conferences usually bring together people who speak different languages, hence the need for interpreting.

Ambiguity in Diplomatic Discourse

Language may be a vehicle for precisely communicating considerations, thoughts and states of mind. But a certain way of utilizing language may debase meaning, in this way causing misconception. Equivocalness is one of the variables likely to obscure meaning. For Christer Jönsson [12], "[c]ommunication in international bargaining is inherently ambiguous". Successful multilateral or universal relations are conducted through effective discretion. Political talk frequently presents ambiguities coming about from imprecision and need of clarity.

Uncertainty is regularly purposely actuated in political talk with the purpose of ingrains instability with respect to meaning. According to Pehar (2005), the main purpose of 'diplomatic ambiguity' is to create "a mediated and improved relationship between diplomatic entities", that is, the purpose of "making a positive conflict-transforming turn"[9]. As a fundamental instrument in strategy, conciliatory uncertainty plays a unmistakable part in diplomatic communication. Conciliatory equivocalness is inside and out ponder and vital, and often intentionally equivocal in arrange to take off room for a few conceivable and indeed divergent interpretations. In think or purposefulness equivocalness the conciliatory "entities' idiosyncratic interpretations play the part of the key help.

Each entity, for instance, [understands the utterance] in the way which suits its perceptions and interests; ambiguity of the [discourse] makes sure that the entities can project mutually incompatible readings into [it]" [9]. Deliberate diplomatic ambiguity serves to blur lines in the speaker's favour. By using deliberate or intentional ambiguity, the speaker has an objective that he or she wishes to achieve. Here deliberate or intentional ambiguity becomes the means to an end. Besides its deliberate or intentional nature, diplomatic ambiguity is strategic ambiguity. The phrase 'strategic ambiguity' was coined by Eisenberg [12] to refer to "those instances where individuals use ambiguity 26 purposefully to accomplish their goals." Diplomatic ambiguity is a tactic, an instrument serving a diplomatic entity's strategy. In indirect communication meaning has to be inferred. The interpreter has no other alternative than to infer meaning. In all probability the interpreter will have to hazard a guess. The unsaid, or indirect communication, makes the interpreter's task more complex as the latter has to read the speaker's intention in order to come up with the intended meaning. But why is the unsaid or indirect communication so cherished in diplomatic discourse? Firstly, the unsaid makes it possible for diplomats to keep options open longer through equivocation. Secondly, the unsaid allows diplomats to secure room for manoeuvre

through ambiguity. Thirdly, through the unsaid diplomats can plausibly deny what has been implied but not said explicitly. Fourthly, the unsaid proves to be decisive in persuading others better by priming them with stories-in-a-capsule (such as metaphors). Fifthly, the unsaid helps show tact and save face through indirectness. In the same vein, Eco (1992, pp.140-141) insists on the fact that resorting to the unsaid is just due to the necessity to leave the conclusion floating around, to blur the prejudices of the author through the ambiguity of language and the impalpability of a final sense.

REFERENCES

1. Raimundo Bassols URL: <https://www.un.org/en/chronicle/article/two-centuries-diplomatic-interpreting-top-hat-short-sleeves-diplomacy>
2. Harry Obst. "White House Interpreter: The Art of Interpretation". ISBN-13:978-1452006154)
3. URL:<https://www.npr.org/2018/06/11/611734103/the-pressure-of-being-an-interpreter-at-a-high-stakes-summit>
4. Tong Kim URL: <https://www.npr.org/2018/06/11/611734103/the-pressure-of-being-an-interpreter-at-a-high-stakes-summit>
5. Igor Korchilov URL:<https://www.npr.org/2018/06/11/611734103/the-pressures-of-being-an-interpreter-at-a-high-stakes-summit>
6. Nolan, J. 2012. Interpretation: Techniques and exercises. Salisbury: MPG Books Group.
7. Alleyne, M.D., 1995. International power and international communication. New York: St.Martin's Press.
8. Gile, D., 1995b. Regards sur la recherche en interprétation de conférence. Lille: Presses Universitaires.
9. Pehar, D. 2005. Diplomatic ambiguity: from the power-centric practice to a reasoned theory. Polemos, [online] Available at: [Accessed 17 September 2017].
10. Rossiter, C. M. Jr., 1998. Making requests through meta-communication. In: W. Pfeiffer, ed. 1998. Conditions that hinder effective communication. [e-book] San Diego: Jossey-Bass. Available through: the Pfeiffer Library website <http://www.communicationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/conditions_that_hinder_effective_communications_-_2nd_edition_1998.pdf> [Accessed 4 August 2017].
11. Morrison, C., 2010. Man vs. machine: interpreting the ambiguities in diplomatic negotiations. Syracuse University Surface, [online] Available at:http://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1388&context=honors_capstone [1October 2017].
12. Paul, J. and Strbiak, C.A., 1997. The ethics of strategic ambiguity. The Journal of Business Communication, [online] Available at: [Accessed April 1997].

УДК 81'25

Sakybek A.S.,

Undergraduate of Translation Studies of Ablaikhan
KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan
e-mail: asakybek@bk.ru

SPECIFICS OF TRANSLATION OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL TEXTS FROM ENGLISH INTO KAZAKH

The article is aimed at identifying the features revealed during the process of translating scientific and technical texts from English into Kazakh. Specific features of translation in style and terminology inherent in scientific and technical texts are considered. The relevance of the topic is inextricably linked with the strengthening of international relations and the spread of scientific and technical innovations. The rapid development of technologies increases the importance of the topic. As a result of the article, the study of technical translation was carried out, the main features of scientific and technical discourse on the basis of translation theory were analyzed.

Keywords: technical translation, terminology, lexicographic resources, scientific style, phenomenon

Сақыбек А.С.,

Абылай хан атындағы ҚазХҚЖӘТУ
4-курс студенті
Мамандығы «5B020700-Аударма ісі»
Алматы, Қазақстан
e-mail: asakybek@bk.ru

ҒЫЛЫМИ ЖӘНЕ ТЕХНИКАЛЫҚ МӘТИНДЕРДІ АҒЫЛШЫН ТІЛІНЕҢ ҚАЗАҚ ТІЛІНЕ АУДАРУ ЕРЕКШЕЛЕКТЕРИ

Мақала ғылыми және техникалық мәтіндерді ағылшын тілінен қазақ тіліне аудару барысында айқындалатын ерекшеліктерді анықтауга бағытталған. Ғылыми-техникалық мәтіндерге тән аударманың стильдік және

терминологиядағы өзіндік ерекшеліктері қарастырылды. Тақырыптың өзектілігі халықаралық қатынастардың нығаюы мен ғылыми-техникалық жаңалықтардың кең етек жаоымен тығыз байланысты. Технологиялардың тез дамуы тақырыптың маңыздылығын арттырады. Мақала нәтижесінде техникалық аударма ісі зерттеліп, аударма теориясы негізінде ғылыми-техникалық дискурс ерекшеліктері мен басты белгілері саралталды.

Түйінді сөздер: ғылыми-техникалық аударма, терминология, лексикографиялық көздер, ғылыми стиль, ұғым

Қазіргі таңда глобализация әсерінен аударма ісі қарқынды дамып, соған орай қазақ тілді аударма саласына жаңа терминдер мен ұғымдар енгізілуде. Бұл өз кезегінде белгілі бір саладағы аударма ісінің ерекшеліктеріне байланысты лингвистикалық қыындықтардың шешілуйн талап етеді. Мақалада ғылыми-техникалық аудармасы арнайы теория негізінде қарастырылып, ағылшын тілінен қазақ тіліне ғылыми-техникалық мәтіндерді аудару ерекшеліктері мен мысалдары беріледі. Ғылыми-техникалық аударманың түпкі мақсаты- берілген ақпаратты оқырманға нақты әрі түсінікті етіп жеткізу. Бұған эмоционалдылықсыз материалды логикалық негіздеу арқылы қол жеткізіледі. Ғылыми-техникалық әдебиеттің стилін формальды-логикалық деп анықтауға болады. Ғылыми-техникалық мәтіндер бірқатар грамматикалық ерекшеліктері бар. Ғылыми-техникалық әдебиетке тән лексикалық белгі-мәтіннің терминдер мен терминологиялық тіркестермен қанықтылығы, сонымен қатар лексикалық құрылымдар мен қысқартулардың кеңінен қолданылуы.

Ғылыми-техникалық стильдің өзіне тән белгілері ақпараттылық (мағыналық), логика (қатан дәйектілік, негізгі идея мен бөлшектер арасындағы нақты байланыс), дәлдік пен объективтілік, анықтық. Бұл стильдегі мәтіндер көп немесе аз дәрежеде осы ерекшеліктерге ие болуы мүмкін; барлық ғылыми-техникалық мәтіндер сол саланың қажеттіліктерін қанағаттандыруға ықпал ететін тілдік құралдардың басым қолданысын көрсетеді. Лексика саласында бұл ғылыми-техникалық терминология мен арнайы лексика қолданысын қамтиды.

Синтаксистік құрылымға келетін болсақ, ағылшын тіліндегі ғылыми-техникалық мәтіндердің мазмұны конструктивті құрделілігімен ерекшеленеді. Олар кейде мәтінді түсінуді қыннадатын және аудармашының алдына қосымша міндеттер қоятын есімшелі, инфинитивті және герундиялық құрылымдарға бай.

Терминдердің көптігі- ғылыми-техникалық мәтіндер аудармасының ең ерекшелелеуші сипатының бірі. Ғылыми-техникалық мәтінде терминологиялық лексиканың үлесі 25% - дан аспайды, ал лексиканың негізгі бөлігі жалпы ғылыми, техникалық және жалпы қолданыстағы сөздер болып табылады. Лексика саласында бұл ең алдымен ғылыми-техникалық терминологияны және арнайы лексиканы қолдану. Терминдер деп ғылым мен техниканың белгілі бір саласының мамандары жұмыс істейтін нақты объектилер мен ұғымдарды білдіретін сөздер мен сөз тіркестері аталады. Терминдер ретінде тек осы стиль аясында қолданылатын сөздерді де, жалпыхалықтық сөздердің арнайы мағыналары да қолдануға болады. Терминдер нақты объектилер мен құбылыстарды нақты және дәл көрсетуді қамтамасыз етуі керек, мамандардың берілетін ақпаратты біржакты түсінуін белгілеуі керек. Соңдықтан сөздердің бұл түріне ерекше талаптар қойылады. Біріншіден, термин дәл болуы керек, яғни, ғылым немесе техниканың белгілі бір саласындағы ұғымдар жүйесінде терминмен белгіленген тұжырымдаманың орнын белгілейтін логикалық анықтама арқылы ашуға болатын қатаң анықталған мағынаға ие болу керек. Егер қандай да бір ұғымды Digital twin (Цифрлық кос) деп атайдын болса, онда бұл терминнің мағынасы оны анықтамадағы басқа ұғымдармен байланыстыратын ұғымның анықтамасына дәл сәйкес келуі керек. Дәл сол себептерге байланысты термин бір мәнді және контекстке тәуелсіз болуы керек. Басқаша айтқанда, ол өзінің анықтамасында көрсетілген нақты мағынаға ие болуы керек, оны кез-келген мәтінде қолданудың барлық жағдайларында, термин мұнда қолданылатын мүмкін мәндердің қайсысын әрдайым шешудің қажеті жоқ. Термин дәлдікпен тікелей байланысты және ұқсас мағынаға ие синонимдік терминдер болмауы үшін әр ұғымға тек бір термин сәйкес келеді. Нысандар мен ұғымдарды дәл сәйкестендіру бір нәрсені басқаша атаған кезде қын болатыны түсінікті. Солайша, термин қатаң логикалық жүйенің бөлігі болуы керек. Терминдердің мағыналары мен олардың анықтамалары логикалық жіктеу ережелеріне бағынуы керек, объектилер мен ұғымдарды нақты ажыратта отырып, аудармашы түсініссіздік пен сәйкессіздікке жол бермеуі қажет. Сонымен, термин субъективтілік элементін қолданатын маманың назарын аударатын жанама мағыналары жоқ таза объективті атау болуы керек. Бұл мамандардың өзара түсіністігіне және олардың ғылыми-техникалық стильдің ерекше белгілерінің бірі болып табылатын жалпы арнайы техникалық лексиканы кеңінен қолдануына айтарлықтай ықпал етеді. Бұл белгілі бір саладағы ұғымдар мен объектилерді анықтау үшін терминнің қасиеті жоқ бірақ тек қана осы байланыс саласында қолданылатын, мамандардың тар шенберімен таңдалған, сала мамандары үшін таныс сөздер мен тіркестер, олардың өз ойларын білдіру тәсілі туралы ойламауға, бірақ істің мәніне назар аударуга мүмкіндік береді. Арнайы

лексикаға терминологиялық түрғыдан анықталған ұғымдар мен объектілер, олардың қасиеттері мен ерекшеліктері арасындағы қатынастар мен қатынастарды сипаттауда қолданылатын терминдердің барлық туындылары, сөздер, сонымен қатар қатаң анықталған комбинацияларда қолданылатын және сол арқылы мамандандырылған бірқатар жалпыхалықтық сөздер кіреді. Мұндай лексика әдетте терминологиялық сөздіктерде жазылмайды, оның мағыналары ғылыми анықтамалармен берілмейді, бірақ бұл терминдерге қараганда ғылыми-техникалық стильге тән емес. Арнайы лексиканы қолдану нормаларын сақтай отырып, аударма жасау аудармашының алдына ерекше міндеттер қояды. Ағылшын тіліндегі ғылыми-техникалық мәтіндерде қысқартулардың әртүрлі түрлері маңызды орын алады. Олар дербес жұмыс істейтіндіктен, лексикографиялық көздерде бекітілгендейтін, оларды ғылыми-техникалық тілдің лексикалық бірліктері деп санауга болады.

Әлбетте, ғылыми-техникалық материалдарда тек терминологиялық және арнайы лексика ғана қолданылмайды. Олар кез-келген функционалды стиле қолданылатын ауыз екі сөздерді де қамтиды. Мұндай лексикалық бірліктерді аудару кезінде ғылыми-техникалық әдебиеттің аудармашысы бірдей қындықтарға тап болады және оларды жену үшін басқа салаларда жұмыс істейтін ағалары сияқты әдістерді қолданады. Аударма кезінде аудармашы экспрессивті-стилистикалық нұсқаларды таңдау қажеттілігіне тап болады, себебі ауыз екі сөйлеу стиліне тән лексикалық элементтер ғылыми-техникалық материалдарда да кездеседі.

Жоғарыда айтқан ғылыми-техникалық презентацияның ең көп кездесетін қасиеттері мәлімдеменің синтаксистік құрылымына әсер ете алмайды. Сонымен, біз мұндай материалдар ұғымдардың анықтамалары мен олардың қасиеттерін көрсету арқылы нақты объектілердің сипаттамасымен ерекше сипатталының атап өттік. Бұл A типті құрылымдардың кеңінен қолданылуын анықтайды, яғни, етістіктен және атаулы бөліктен (предикативтен) тұратын құрмалас предикаты бар қарапайым екі компонентті сейлемдер: barn is a unit of measure of nuclear cross sections, a breakdown is an electric discharge through an insulator, etc.

Мұндай құрылымдар болымсыз түрде де қолданылады, мұнда әдеттегі етістікті болымсыз етудің орнына (do not қосып) құрама предикат жиі қолданылады, онда предикативтен бұрын префикс арқылы болымсыз ұғым беруге болады. Мысалы, refrigerants are nontoxic and nonirritating-хладагенттер улы емес және тітіркендірмейді. Қазақ тіліне аударылғанда бұл мағынаны жоғалтпау мақсатында “емес” шылауы мен сын есім орнына етістіктің болымсыз түрі қолданылған.

Аударманың жеке бір саласының ерекшелігін аша отырып, аударманың арнайы теориясы осы типтегі аудармаларды сипаттау кезінде ескерілуі керек үш факторды зерттейді. Біріншіден, түпнұсқаның ерекше функционалды стиле жататындығы аударма процесінің сипатына әсер етуі мүмкін және аудармашыдан ерекше әдістерді қолдануды талап етеді. Екіншіден, мұндай түпнұсқаға назар аудару аударма мәтінінің стилистикалық сипаттамаларын, демек, үқсас функционалды стиліді сипаттайтын тілдік құралдарды таңдау қажеттілігін алдын-ала анықтай алады. Сонымен, осы екі фактордың өзара әрекеттесуі нәтижесінде нақты аударма ерекшеліктерін анықтауга болады, олар жалпы белгілер мен үқсас функционалды стилдердің тілдік белгілері арасындағы айырмашылықтармен, сондай-ақ осы типтегі аударма процесінің ерекше шарттары мен міндеттерімен байланысты. Басқаша айтқанда, аударманың арнайы теориясы белгілі бір функционалды стилідің тілдік ерекшеліктерін бірінші тілден екінші тілге үқсас функционалды стиле және тілдік құбылыстардың осы екі қатарының өзара әрекеттесуіндегі аударма процесіне әсерін зерттейді.

Сонымен қатар, И.Алексеева атап өткендей, кейде аударылатын тілдің лингвистикалық ерекшеліктеріне байланысты мәтіннің құрделі құрылымы сөйлемнің синтаксистік өзара байланысты компоненттері арасындағы алшақтықты азайтуға, автордың ойларына еруге кедергі болатындей етіп өзгертіледі. Бұл жағдайда аудармашы синтаксистік құрылымды түрлендіруі керек (яғни, синтаксистік түрлендіру): мазмұнды дұрыс және кедергісіз түсініді қамтамасыз ету үшін оны жеңілдетініз немесе құрделі сөйлемді екі қарапайым сөйлемге бөлгөн жөн. Жалпы, көптеген жағдайларда аудармашы стандартты аударма әдісі мүмкін болмagan кезде мазмұнды берудің балама әдісін таңдауы керек. Тілдік құрылым түрғысынан ағылшын тілі қысқа және ықшам болып саналатыны белгілі. Осылайша, ағылшын техникалық стилінің тағы бір ерекшелігі- құрылымның тығыздығы. Тығыздау қолданылған мәтіндерді аудару кезінде лексикалық құралдарды көбірек қосу немесе етістік формалары бар сөйлемдерді енгізу арқылы кейбір тығыздығын құрылымдардың мағынасын кеңейтіп нақтылау қажет. Бұл мағынаның анықтығын қамтамасыз ету және аударма тілінде түсініксіздікті болдырмау үшін қажет. Мазмұн түрғысынан аудармашы әрқашан мынаны есте ұстауы керек: сипаттама мен кеңейту мағынаны толық

жеткізуді қамтамасыз етпейтін аудармадан ғөрі айқын болған жағдайда, алғашқы нұсқа негізгі аударма стратегиясы ретінде таңдалуы керек. Ағылшын тілінде ырықсыз етіс арқылы құрылған сөйлемдер қазақ тіліне де ырықсыз етісті қолдана отырып аударылған. Мысалы, “It is aimed at solving tasks on implementation of BIM (Building Information Modeling) technology at the stage of design and operation of construction objects and application of related technologies «Internet of Things» and «Big Data» in the sectors of civil and industrial construction, for automation of maintenance and operation of objects” аудармасы қазақ тілінде “Кұрылымдық объектілерін жобалау және пайдалану кезеңінде BIM (Building Information Modeling) технологиясын енгізу және объектілерге техникалық қызмет көрсету мен пайдалануды автоматтандыру үшін азаматтық және өнеркәсіптік құрылымдық секторларында «Заттар интернеті» және «Big Data» ілеспе технологияларын қолдану жөніндегі міндеттерді шешуге бағытталған”.

Жоғарыда қарастырылған техникалық мәтіндердің ерекшеліктері аудармашының қызметіне белгілі бір қорытынды береді. Техникалық аударманың басым белгілері, ең алдымен, мәтіннің объективтілігін, баяндаудың қисындылығы мен ықшамдылығын қамтамасыз ететін тілдік құралдар болуы керек. Техникалық мәтіндердің тағы бір ерекшелігі - олардың өзіндік лексикасы мен терминдері. Соңғылары дәстүрлі түрде арнайы сөздіктерде көрсетілген балама аудармаға ие. Нәтижесінде бір сөз техникалық аудармадағы негізгі бірлік болып саналады. Демек, көбі аударма баламасының жалпы қолданыстағы түрі бір мәнді эквивалент болып табылады; екінші танымал эквивалент-нұсқалық эквивалент. Мақалада атап айттылғандай, аудармашының басты міндеті – автор ойын дәл аудару. Техникалық мәтіндердің мағынасын оңай түсіну, егер аудармашы мәтіннің тақырыбымен және онымен байланысты терминологиямен таныс болса, аударма үрдісі айтарлықтай женілдейді. Бұдан басқа, аударма тілінің терминологиясы мен техникалық мәтіндердің стилі сапалы аударма алуының маңызды шарты болып табылатынын есте сақтау кажет.

Қорытындылай келе, терминдер нақты объектілер мен құбылыстардың атауын дәл көрсетуі, сарапшылармен берілген ақпарат туралы толық түсінікті қалыптастыруы керек. Сондықтан сөздердің бұл түріне ерекше талаптар қойылады. Біріншіден, терминнің қатаң анықталған мағынасы болуы керек, оны ғылым немесе техниканың белгілі бір саласындағы ұғымдар жүйесінде термин болып белгіленген тұжырымдама бойынша логикалық анықтамамен ашуға болады.

ӘДЕБІЕТ

1. Комиссаров В.Н. - Теория перевода, 1990.
2. Айманұлы Ж. Политехникелік мектепті елекінде жұмысы. — Кызылорда: Қазақстан, 1931.
3. Алексеева И. С. Профессиональное обучение переводчика: Учебное пособие по устному и письменному переводу для переводчиков и преподавателей. — СПб.: Издательство «Союз», 2001 .
4. Zethsen K. K., The Dogmas of Technical Translation - are They Still Valid? Hermes, 1999.
5. Nechayeva Y., Novitskaya Y.- Peculiarities of technical translation.

УДК 81-25

Saprygina Alina
 4th year student of Translation Studies of
 Ablaikhan KazUIRandWL
 Almaty, Kazakhstan
 e-mail: saprygina1999@mail.ru

LINGUOCULTURAL SPECIFICITY OF TRANSLATION OF SOCIO-POLITICAL TEXTS

The article is concerned with the definition of the concept “linguoculturology”, as well as related concepts, analysis of realities, its classifications and methods of its translation, the explanation of the socio-political genre and its types, as well as examples of the use of linguocultural units in socio-political texts.

Keywords: socio-political translation, linguoculturology, linguistic realities, political terminology

Сапрыгина Алина,
 студентка 4-го курса КазУМОиМя имени Абылай хана
 Специальность «5В020700 – Переводческое дело»
 Алматы, Казахстан
 e-mail: saprygina1999@mail.ru

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

В статье рассматриваются определение понятия «лингвокультурология», а также связанные с ним понятия,

разбор реалий, их классификаций и методы их перевода, пояснение общественно-политического жанра и его типов, а также примеры использования лингвокультурологических единиц в общественно-политических текстах.

Ключевые слова: общественно-политический перевод, лингвокультурология, реалии, политическая терминология.

Для того, чтобы определить лингвокультурологическую специфику перевода общественно-политических текстов, для начала нужно определить само понятие «лингвокультурология». Для того, чтобы разобрать понятие «лингвокультурология», необходимо определить понятия «лингвистика» и «культурология». Если «лингвистика» — это наука о естественных языках, то «культурология», в соответствии с Лесли Уайтом [1], это отрасль антропологии, которая рассматривает культуру как самостоятельную упорядоченнуюность феноменов, организованных в соответствии с собственными принципами и существующих по собственным законам. По мнению с В.А Масловой [2], лингвокультурология является отраслью лингвистики, возникшей на стыке лингвистики и культурологии и исследующей проявление культуры народа, которые отразились и закрепились в языке. Лингвокультурология позволяет установить и объяснить, каким образом осуществляется одна из фундаментальных функций языка — быть орудием создания, развития, хранения и трансляции культуры. Цель данной дисциплины — изучить способы языка воплощать, хранить и транслировать культуру.

Одна из самых актуальных проблем лингвокультурологии — это перевод реалий.

С. Влахов и С. Флорин [3] определяют реалии как «слова и словосочетания, называющие объекты, характерные для жизни (быта, культуры, социального и исторического развития) одного народа и чуждые другому. Являясь носителями национального и исторического колорита, они, как правило, не имеют точных соответствий (эквивалентов) в других языках, и, следовательно, не поддаются переводу на общем основании и требуют особого подхода.» В этом определении объясняется, что трудность перевода реалий заключается в их безэквивалентности.

Различные исследователи, изучавшие проблемы реалий, имеют свои собственные классификации реалий, которые можно объединить: по денотативному признаку (обозначенный предмет, факт), по лингвистической природе (слова, словосочетания свободные и фразеологические, речения, коммуникативные единицы типа предложения (фразеоффлексы), по принадлежности к лексико-семантической группе (тематические), по временному признаку (исторические – современные), по локальному признаку (национальные, региональные, локальные, микролокальные).

Так как реалии являются безэквивалентными, а значит непереводимыми единицами языка, возникает вопрос – каким образом можно перевести их?

Перевод, как таковой, в принципе не имеет готового решения, а перевод реалий тем более. Поэтому переводчику необходимо сфокусироваться на контексте и при каждом переводе использовать именно тот способ, который считается самым подходящим и правильным в конкретной ситуации.

Существуют различные приемы передачи реалий:

Транскрипция предполагает звуковое воспроизведение иностранного слова на язык перевода: англ. “Washington Post” – рус. “Вашингтон Пост”, англ. “Tory” – рус. “Тори” и т.д.

Существует похожий прием, называемый «транслитерацией», который, в свою очередь, использует не звуковое воспроизведение иностранного слова, а буквенное. Однако, применение транслитерации при передаче реалий весьма ограничено. Обычно этот прием используется при переводе общественно-политических названий и имен собственных: англ. “New York” – рус. “Нью-Йорк”; англ. “Benjamin Franklin” – рус. “Бенжамин Франклайн” и т.д.

1) Создание нового слова (неологизма). Этот прием, опять же, делится на другие приемы:

а) калька – заимствование путем буквального перевода: англ. “skyscraper” – рус. “небоскреб” и т.д.;

б) полукалька – частичные заимствования слов и выражений, состоящие частично из элементов исходного языка и частично из элементов принимающего языка: англ. “The Third Reich” – рус. “Третий Рейх” и т.д.

в) семантический неологизм – слово или выражение, позволяющее понять смысловое содержание передаваемой реалии: англ. “red state” рус. “красный штат” англ. “blue state” рус. “синий штат”.

2) Приближенный перевод.

3) Контекстуальный перевод.

Решение вопроса о выборе при переводе определенного приема реалии будет напрямую зависеть

от задачи, которая стоит перед переводчиком: сохранить колорит языковой единицы с ущербом для семантики или передать значение реалии, при этом утратив его колорит.

Переводчик может столкнуться с текстами абсолютно разными по жанру, стилю и функциям. Эти типы текста и определяют подход и требования к переводу, а также влияют на процесс перевода и определение степени эквивалентности перевода оригиналу. Цели и задачи переводчика различаются в зависимости от типа, жанра, стиля и функции исходного текста, поэтому особенности перевода каждого из жанров имеют свои отличия.

Перевод общественно-политических текстов весьма актуален на данный момент, так как с каждым днем возрастает интенсивность международных контактов и объем ежегодно издаваемых общественно-политических текстов.

Общественно-политические тексты включают в себя публикации в средствах массовой информации, посвященные политике, экономике и общественной жизни. К ним относятся: выступления государственных, партийных и общественных деятелей, политические речи, статьи, послания, обращения и т.д. Главная функция текстов этого вида – сообщение. Общественно-политические тексты могут быть тенденциозными и рассчитанными на определенное воздействие.

Обычно в общественно-политических текстах используется огромное количество клише, стереотипных фраз, газетных штампов, политических терминов и понятий, и социальных реалий.

Общественно-политическая лексика имеет две функции: ознакомительную и стимулирующую. Целью ознакомительной функции является объективное информирование читателя об актуальных событиях и проблемах. Цель стимулирующей функции заключается в оказании определенного воздействие на читателя и формирование у него определенного отношения к какому-либо событию.

Иногда функции общественно-политического текста исходного языка и языка перевода могут не совпадать. Например, если в СМИ публикуют документ, убеждающий читателей в правоте политических решений в исходном языке, то в переведяющем языке, возможно, главной функцией будет не убеждение, а информирование. Следовательно, общественно-политический перевод характеризуется определенной идеологической, пропагандистской и информативной направленностью.

Переводчик решает две задачи при осуществлении общественно-политического перевода: 1) культурно-ориентированную (связана с функцией текста, подлежащего переводу), 2) лексико-семантическую (связана с проблемами перевода, в частности, терминологии). Так как перевод общественно-политических и политических терминов затрагивает вопросы идеологии, то в политическом тексте могут возникнуть проблемы интерпретации и понимания некоторых терминов, приводящие к разногласиям на разных политических уровнях, поэтому переводчики должны быть знакомы с общественно-политической обстановкой и знать основные общественно-политические термины.

Общественно-политический перевод – это самостоятельный вид перевода. От переводчика требуется особое внимание, в первую очередь, к переводу специальной терминологии, а также творческого подхода при передаче стилистических особенностей общественно-политического текста.

Рассмотрим некоторые примеры, содержащие общественно-политические термины с лингвокультурологическими особенностями.

Например:

1) *Boris Johnson claimed the Brexit talks were in a “serious situation” after a call with Ursula von der Leyen, even as the EU’s chief negotiator raised hopes of a weekend Brexit agreement by persuading the European parliament to delay its deal deadline to Sunday.*

Борис Джонсон после разговора с Урсулой фон дер Ляйен заявил, что ситуация с переговорами по Brexit «очень серьезная», хотя главный переговорщик от ЕС усилил надежды на достижение соглашения по Brexit, убедив Европарламент перенести крайний срок заключения сделки на воскресенье. (Перевод: ИноСМИ, URL)

Термин «Brexit» («Брексит») появился относительно недавно и часто употребляется в зарубежных СМИ. Этот термин был придуман неофициально для обозначения события – выхода Великобритании из состава Европейского Союза. Это слово является неологизмом, состоящим из двух слов – “Britain” или “British” (“Британия” или “Британский”) и “Exit” (“выход”). Данный термин является реалией, что значит он не имеет эквивалента в других языках, поэтому в переводе он встречается в виде транскрипции. Так как это иноязычное слово может быть известно далеко не всем русскоговорящим людям, для его пояснения в русскоязычных СМИ часто используется объяснение всего события выхода Соединенного Королевства из ЕС.

2) *Defending the UK's democratic processes, the report says, is "something of a 'hot potato', with no one organisation recognising itself as having an overall lead".*

Защита демократических процессов в Великобритании, говорится в докладе, является «своего рода „сложной неприятной проблемой”, и ни одна организация не признает себя ответственной за нее в целом». (Перевод: ИноСМИ, URL)

Идиома «hot potato» часто встречается в англоязычных политических выступлениях и текстах и на русский язык переводится буквально как «горячая картошка», а по смыслу, исходя из реалий данной страны, понимается как «злободневная тема», «жгучий вопрос» или «неприятная ситуация». Перевод данной идиомы зависит от контекста предложения. В данном примере переводчик перевел это выражение не просто как «неприятная проблема», а решил добавить немного эмоционального окраса, так как это выражение является ключевым в предложении, и добавил слово «сложная», чтобы подчеркнуть важность проблемы.

3) *Kremlin disinformation targeting our elections, a London laundromat cleaning dirty money, Russian elites buying their way into the British establishment.*

Дезинформационная кампания Кремля, направленная на наши выборы, лондонская «прачечная» по отмыванию грязных денег, российские элиты, покупающей себе доступ к британскому истеблишменту. (Перевод: ИноСМИ, URL)

Реалия «laundromat» рус. «ландромат» или «прачечная» используется в общественно-политическом и экономическом текстах не в буквальном смысле, а это – кодовое название крупной коррупционной схемы, зафиксированной правоохранительными органами.

4) *In my research I saw how Conservative party donors were able to sidestep transparency requirements to funnel hundreds of thousands of pounds into key Labour “red wall” seats during the 2019 general election.*

Проводя свое исследование, я видел, как доноры Консервативной партии смогли обойти требования прозрачности, направив сотни тысяч фунтов стерлингов на то, чтобы во время всеобщих выборов 2019 года пробить «красную стену» из ключевых мест лейбористов. (Перевод: ИноСМИ, URL)

«Red wall» рус. «красная стена» — это политический термин, который используется в Великобритании для описания избирательных округов, которые на протяжении всего времени поддерживали Лейбористскую партию. Данная реалия относится к английской культуре, поэтому ее смысл сложно передать в переводе на русский язык.

5) *Super Tuesday is over, though with many votes yet to be counted in the California primary things could shift in the hours and days ahead.*

Супервторник завершился. Но многие голоса на праймериз в Калифорнии еще предстоит подсчитывать, так что ситуация в предстоящие дни и часы может измениться. (Перевод: ИноСМИ, URL)

Словосочетание «Super Tuesday» рус. «Супервторник» является американской политической реалией. Супервторник — это день первичных президентских выборов в большинстве штатов США, который проводится во вторник в феврале или марте. Данная реалия в переводе на русский язык встречается в виде кальки и обычно непонятна русскоязычной аудитории, не разбирающейся в политических выборах США.

6) *“I respect them,” Biden added, and he plans to prove it by “tackling the virus” in “red and blue areas alike.”*

«Я их уважаю», - добавил Байден. Он планирует доказать это, «одинаково борясь с вирусом в красных и синих районах». (Перевод: ИноСМИ, URL)

Еще один пример американских политических реалий – «red and blue states» или «red and blue areas» рус. «красные и синие штаты» или «красные и синие районы». Примерно с начала века эти выражения в США стали использовать во время выборов. Для обозначения штатов, в которых большинство населения поддерживают Республиканскую партию используется красный цвет, а для штатов, традиционно поддерживающих Демократическую партию, используется синий цвет. В американском политическом жаргоне эти обозначения встречаются довольно часто, однако за пределами США, естественно, не многие люди понимают почему те или иные штаты относятся к красному или синему цвету.

К лингвокультурологическим особенностям общественно-политических текстов также относятся названия правительственные органов разных стран, понимать которые могут только люди с фоновыми знаниями:

- 1) *The Department for Digital, Culture, Media and Sport – responsible for tackling a torrent of political disinformation online – “is a small Whitehall policy department”.*

Министерство цифровых технологий, культуры, средств массовой информации и спорта (DCMS), отвечающее за борьбу с потоком политической дезинформации в интернете, «является небольшим политическим отделом Уайтхолла». (Перевод: ИноСМИ, URL)

Слово «Whitehall» рус. «Уайтхолл» имеет два взаимосвязанных значения: 1) Уайтхолл – улица в центре Лондона, на которой находятся важные министерства и правительственные организации; 2) Уайтхолл – британское правительство.

- 2) *Downing Street said Johnson had told Von der Leyen that the UK “could not accept a situation where it was the only sovereign country in the world not to be able to control access to its own waters for an extended period and to be faced with fisheries quotas which hugely disadvantaged its own industry”.*

Согласно заявлению Даунинг-стрит, Джонсон сказал фон дер Ляйен, что Британия «не может допустить такой ситуации, когда она станет единственной в мире суверенной страной, неспособной контролировать доступ к своим водам в течение длительного времени, и будет вынуждена соблюдать квоты на вылов рыбы, которые поставят ее рыболовецкую отрасль в очень невыгодное положение». (Перевод: ИноСМИ, URL)

Аналогичная ситуация и со словосочетанием «Downing Street» рус. «Даунинг-стрит»: 1) Даунинг-стрит – это улица в Лондоне, на которой в доме №10 находится официальная резиденция премьер-министра Великобритании; 2) Даунинг-стрит – правительство Великобритании или премьер-министр.

Резюмируя вышеизложенное следует отметить, что общественно-политические тексты характеризуются большим количеством терминов, отражающих лингвокультурологические особенности исходного языка, что представляет особую сложность для переводчика. Такая лексика переводится на русский язык с помощью транскрипции, кальки, полукальки, создания неологизмов, приблизительного перевода и контекстуального перевода. Для адекватного перевода текстов, включающих в себя национально-культурную специфику языка, необходимо опираться на контекст и убедиться, что эта специфическая лексика передана на язык перевода максимально общедоступно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Уайт Л. *The Evolution of Culture: The Development of Civilization to the Fall of Rome*. — New York: McGraw-Hill, 1959.
2. Маслова В.А. *Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений* – М.: 2001. – 208 с.
3. Влахов С. *Непереводимость в переводе / С. Влахов, С. Флорин.* – М.: Международные отношения, 1980. – 342 с.
4. Гейбатова, Н. А. Особенности перевода общественно-политического лексикона // Филологические науки в России и за рубежом: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2016 г.). — Санкт-Петербург: Свое издательство, 2016. — С. 76-79. — Режим доступа URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/233/11373/> (дата обращения: 15.01.2021).
5. Феденко И. С. Реалия как объект перевода [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: <https://study-english.info/article075.php> (дата обращения: 15. 01. 2021)

УДК

Talap Arman
KazUIR and WL
4th course student
Specialty: "5B020725 – Translation studies"
e-mail: 8733456a@gmail.com
Алматы, Қазақстан

THE ROLE OF TRANSLATION IN THE DEVELOPMENT OF THE PAPERWORK PROCESS IN THE KAZAKH LANGUAGE

The article deals with the development of business and intercultural relations between countries in the modern world. It is analyzed that translation is a very complex and multifaceted type of human activity. In everyday colloquial speech, translation is called “translation from one language to another,” but it is important to note that translation is not limited to the translation of one language into another.

Keywords: translation, original, context, meaning, intercultural communication, rich spiritual heritage of the civilized world, the process of deep understanding of the text.

Талап Арман

«5B020725 – Аударма ісі». 4 курс студенті.

e-mail: 8733456a@gmail.com

Алматы, Қазақстан.

ҚАЗАҚ ТІЛІНДЕГІ ИС ҚАҒАЗДАРЫН ДАМЫТУДАҒЫ АУДАРМАНЫҢ РӨЛІ

Мақалада қазіргі заманда әлемдік деңгейде мемлекеттер арасындағы іскерлік және мәдениетаралық қарым-қатынастың дамуы жайлы айтылады. Аударманың - өте күрделі және көп салалы адами іс -әрекеттің бір түрі екеніне талдау жасалынады. Күнделікті аузызекі тілде аударма ісі туралы “бір тілден екінші тілге аудару делінеді”, бірақ шындығында аударма ісімен айналысқанда тек бір тілді екінші тілге аудару ғана көзделмейтініне баса назар аударылады.

Тірек сөздер: аударма, тұпнұсқа, контекст, мағына, мәдениетаралық қарым-қатынас, өркениетті әлемнің бай рухани мұрасы, мәтінді терен түсіну процесі.

Қазақстан Республикасының 1997 жылы қабылданған «Тіл туралы» Заңының 151-бабында былай делінген: «ҚР-ның мемлекеттік тілі - қазақ тілі. Мемлекеттік тіл-мемлекеттің бүкіл аумағында, қоғамдық қатынастардың барлық саласында қолданылатын мемлекеттік басқару, заң шығару, сот ісін жүргізу және іс қағаздарын жүргізу тілі. Сонымен қоса, «Тіл туралы» Занда мемлекеттік тілді барынша нығайтуға, халықаралық беделін дамытуға әрбір мекеме, әрбір ҚР-ның азаматы міндетті делінген. [1]. Қазақ тілінің мемлекеттік тіл ретінде қызмет етуінің алғы шарттарының бірі - оның қоғамдық өмірдің әр алуан саласында қызмет етуі және соған орай іс қағаздарының қазақша жүргізілуі. Ис қағаздарының, ресми құжаттардың тілі бір жүйеге түсіпей, стильдік жағынан қалыптаспай, мемлекеттік ресми құжаттардың барлығы алдымен қазақ тілінде жазылмай, барлық құрылымдарды іс қағаздары қазақ тілінде жүргізілмей қазақ тілінің қолданыс аясы, қызмет қарымы өрісін кеңейте алмайды. Ис қағаздары қоғам өмірінде үлкен қызметті атқарады. Ис қағаздарының саяси, тарихи, құқықтық, экономикалық маңызы өте зор. Мемлекет, республика, қала, кәсіпорын, ұйым, мекеме тарихын жазғанда іс қағаздары ақпараттың табылmas қайнар көзі бола алады. Құжаттар фактілерді, оқиғаларды, қоғам өмірінің құбылыстарын дәлелдейтін айғақ қызметтің де атқарады. Қазіргі заманда әлемдік деңгейде мемлекеттер арасында іскерлік және мәдениетаралық қарым-қатынас бір-бірімен ұштаса дамып жатыр. Осыған орай аударма саласының қарқыны құннен құнгеп күштеп келеді. Жаһандану заманында біз жоғарыда аталған сөздердің мағыналарына көп мән бере бермейміз. Оларды түсіну үшін бізге олардың баставуна көз тастау керек, себебі әртүрлі ұлттардың бір-бірімен қалай араласа бастағанын білу өте маңызды. Соның бір маңызды бөлігі – қазіргі кездегі іс-қағаздарының сан-салалы саладағы аудармасының дамуы. Бұл аударманың өзектілігі әртүрлі мәдениеттердің бір-бірімен қарым-қатынасының қызығушылығынан туындал отыр.

Іс қағаздары - басқару қызметіндегі негізгі бір сала. Ұйымдар мен мекемелердің, кәсіпорындардың қызмет етуі барысында шығарған түрлі шешімдері, басқару істері, атқарған қызметі іс қағаздарынан айқын көрінеді. Сондықтан халық шаруашылығын басқаруды жетілдіру, оны ұйымдастыру деңгейін көтеру онда құжаттармен жұмыс істеудің қаншалықты ғылыми негізделгеніне тікелей байланысты. Ис қағаздарын жүргізу — басқару процесінің ажырамас болігінің бірі болып табылады. Мекемелер арасындағы ақпарат алмасу хат, жеделхат, телефонхат сияқты құжаттар арқылы іске асады. Үкіметтің басқару істері жарғы, қаулы, нұсқау, ереже, бұйрық сияқты құжаттар арқылы жүргізіледі. Ис қағаздарын жүргізу - мекеме жұмысының нақты құжаттармен, деректермен реттелген, дәйектелген жүйесі.

Тіл - адам қарым-қатынасының маңызды құралы болып табылады, оның көмегімен адамдар ой алмасады және өзара түсіністікке қол жеткізеді. Адамдардың тіл көмегімен қарым-қатынасы екі жолмен жүзеге асырылады: ауызша және жазбаша түрде. Егер қарым-қатынасушылар бір тілді білсе, онда қарым-қатынас тікелей жүзеге асырылады, алайда адамдар әр түрлі тілдерді қолданғандықтан, тікелей қарым-қатынастың орнауы мүмкін болмайды.

Бұл жағдайда, басқа тілде айтылған ойларды бір тіл арқылы анықтайдын аударма көмекке келеді. Демек, аударма - адамдар өз ойларын әр тілде білдірген жағдайларда оның коммуникативтік қызметтің орындауды қамтамасыз ететін маңызды көмекші құрал болып табылады. Аударма әртүрлі халықтар арасындағы ой алмасуда үлкен рөл атқарады және әлемдік мәдениет қазыналарын тарату ісіне қызмет етеді.

XXI ғасыр адамзаттың ақпараттық кеңістігінде жаңа міндеттер қоюда. Бұқаралық ақпараттың арқасында адамзат өміріндегі аударманың рөлі ұдайы өсүде. Бүгінде аударма байланыстары адам қызметінің барлық салаларын қамтиды. Ақпараттық ағындардың қозғалысы шекараларды да, уақытты да, кеңістікті де білмейді.

Қазіргі әлемнің шексіз алуан түрлілігі, халықаралық ақпараттық үдерістің көптеген қатысуышыларының - журналистердің, тілшілердің, комментаторлардың, телеоператорлардың сезімдері мен түсіндірмелерінде ақпарат құралдарының көмегімен жеткізіледі.

Тәуелсіз ел ретінде Қазақстанның әлемдегі бірегей орнын нығайту мәдени-тілдік алшақтыққа, яғни аударма ісіне байланысты. Құн тәртібінде мемлекеттер мен халықтар арасындағы саяси-экономикалық, рухани, мәдени байланыстарды арттыру, аударма ісінің білікті мамандарын дайындау мәселелері ғана емес, аударма бойынша теориялық мәселелер де тұр.

Бірде - бір халық әлемдік өркениеттен оқшау өмір сүре алмайды. Бұл халықтың халық болуы үшін қажетті жағдайлардың бірі. Сонымен қатар, жаһандану жағдайында аударма ісінің мәні одан да арта түседі. Аударманы, оның даму заңдылықтарын зерттеу қажеттігін, осы тұргыдан қарастыру керек. Адамзат тек бір тілде ғана емес, бірнеше мың тілде сөйлейді. Әлемнің мындаған тұрғыны әр түрлі тілде сөйлеуі, сондай-ақ өсіп келе жатқан мәдениетаралық коммуникация аударма ісінің құнделікті қажеттілігіне айналуда. Сондықтан аудармашы - бұл шет ел тілін, менталитеті мен дәстүрлерін үйренген адам ғана емес, сонымен қатар, барлығы болмаса да, көп жағдайдан хабардар адам. Тарихи маңызы бар оқиғалар, мемлекеттердің саяси өзара қарым – қатынастары, ғылым мен техниканың түрлі салаларынан тұратын терминдер - аудармашы білетін ақпараттың барлық тізімі емес. Бірде - бір компьютер көркем және техникалық мәтіндерді аударғанда адаммен бәсекелесе алмайды.

Ендігі кезекті ұсынылатын мысалдар бойынша аудармаға талдау жасасақ:

1. Қаржы мекемелеріндегі құжаттамадағы ең көп жағдайда кездесетін ерекшелік-аббревиатуралардың, яғни қысқарған сөздердің өте жиі кездесуі. Берілген мәтін үзіндісінде:

НПП Атамекен (Национальная палата предпринимателей РК «Атамекен») -Атамекен ҰКП («Атамекен» ҚР Үлттық кәсіпкерлер палатасы)

ЦОН (Центр обслуживания населения) –ХҚКО (Халыққа қызмет көрсету орталығы).

Ескеретін жағдай, егер қысқартылыған сөзбен бірге мекеме немесе ұйым атауы қатар келетін болса, орыс тілінде аббревиатура тіркес басында, ал қазақ тіліне аудару барысында көп жағдайда аббревитаруа атаудың алдында орын алады. Сонымен қатар, қысқартылған сөздерді міндетті түрде аударма ережесіне сәйкес бар нұсқасын тексеріп, жасалынған аудармамен салыстырып, дұрыс нұсқасын мәтін мағынасына сәйкес алу қажет.

2. Аударма барысында орыс тіліндегі сөз тіркесінде бағыныңқы сөз басында орналасып, қазақ тіліне аудару барысында тіркес соңына ауысып, бірінші сынары ілік септігінде, екіншісі тәуелдік жалғауында келіп, сөйлемде анықтауыштық қызмет атқарады. Көп жағдайда, синтаксистік байланыстағы толымсыз матасу түрімен, яғни ілік септігі түсіріліп, сөздер қатынасы тәуелдік тұлға арқылы көрінеді. Мысалы: школьные столовые-мектеп асханалары(мектептің асханалары); спортивные школы- спорт мектептері(спортық мектептер), показатель риска - тәуекел көрсеткіші(тәуекелдің көрсеткіші); рынок капитала - капитал нарығы(капиталдың нарығы); ставка налога - салық ставкасы(салықтың ставкасы); цена приобретения – сатып алу құны(сатып алушының құны).

Қаржы құжаттарын аудару кезінде аударма қызметінің жалпы құрылымын ескеріп, аударма процесін жүзеге асыратын деңгейлер мен үрдістерді білу маңызды.

Аударманы кәсіби қызмет ретінде талдау аударма қызметінде бірқатар әрекеттер мен операциялардың көрсетілетіндігінің бірден-бір дәлелі. Бұл деңгейлер мен аударма қызметінің кезендерін келесідей ұсынуға болады:

1) аудармашы іс-әрекетінің бірінші деңгейі: сөздерді және мәтіннің жалпы құрылымын тану;

2) аудармашы іс-әрекетінің екінші деңгейі:

- мағынага байланысты сөздерді, сөз тіркестерін немесе сөздер топтарын түсіну;

- сөйлемді мәтін бірлігі ретінде түсіну;

- сөз тіркестердің түпкі мағынасын түсіну;

- жалпы мәтінді толықтай түсіну;

3) аудармашы іс-әрекетінің үшінші деңгейі: аударманың өзіне (аудармашыға) қындық тудыруы мүмкін аспектілеріне баса назар аудару;

4) аудармашы іс-әрекетінің төртінші деңгейі: басқа тіл (аударма тілі) құралдарының көмегімен түпнұсқаның қабылданған мағыналық және стилистикалық ақпаратын баламалы түрде беру;

5) аудармашы іс-әрекетінің бесінші деңгейі: жалпы түсінік аппаратына сүйеніп, неғұрлым кең мәнмәтін шенберінде орындалған аударманың қорытынды (жалпылама) бағасын беру.

Енді жоғарыда баяндалған мәтінмен жұмыс логикасы түргышынан аудармашының қызметін қысқаша сипаттайтын болсақ:

1) сөздерді және мәтіннің жалпы құрылымын тану;

Аудармашының қызметі сөздерді танудан және бастапқы мәтіннің жалпы құрылымын қабылдаудан басталады. Мағынаны түсіну бірқатар факторларға байланысты: шет тілін менгеру деңгейіне, аударылатын материалдың жанрлық ерекшеліктерін білуіне, мәтіннің терминологиясы, реалиямен немесе бейнелі бірліктермен қанығуна байланысты.

Орыс тілі немесе қазақ тіліндегі мәтінді қабылдауда сөздерді тану маңызды рөл атқарады. Белгілі болғандай, аудармашы тілдегі сөздердің негізгі мәні бойынша мағынасы туралы жиі айтады. Әсіресе, орыс тіліне немесе қазақ тіліне аудару кезінде аудармашының іс-әрекеті осы тұргыдан айқын. Аудармашының іс-әрекеттерді бірінші деңгейде табысты орындауы үшін мәтінді тану және бастапқы ұғыну механизмдерінің, сондай-ақ ұзак мерзімді жады механизмдерінің тиісті жұмыс істеуі қажет.

2) мәтінді терең түсіну;

Аударма процесіндегі тағы бір маңызды фактор мәтінді толық түсіну факторы болып табылады. Аудармашыны түсінудің екі деңгейін атап көрсеткен жөн: жалпы түсіну деңгейі және терең (сыни) түсіну деңгейі.

Қаржы - экономикалық мәтінді жалпы түсіну деңгейіне мәтін мазмұнымен танысу үшін оку мақсаттары үшін жеткілікті, бірақ аударма актісінің мақсаттары үшін жеткіліксіз мәтінді түсіну дәрежесін жатқызуға болады [2, 156]. Мәтінді терең түсіну процесі аудармашыға белгілі бір талаптар қояды, оған сәйкес:

- мәтіннің мағыналық мазмұны мен құрылымын дұрыс түсіну, бұл өз кезегінде мәтінде басты ойды («мағыналық кезеңдер») бөліп көрсете білу, сондай-ақ хабарламалардың жекелеген фактілерін терең түсіну;

- өзінің бұрын толтырылған тәжірибесін (тілдік, жалпы, арнайы) пайдалана отырып, түпнұсқа ақпаратын түсіндіру және жалпылау;

- мәтіндегі ақпарат элементтері арасындағы өзара қарым-қатынас пен байланысты көру және анықтау;

- өзі менгерген ақпаратты тексеру;

- бастапқы мәтіннің мазмұнын терең түсіну.

3) аудармашыға қыындық тудыруы мүмкін аударма аспектілерін бөлу;

Аударма қызметінің осы кезеңінде аудармашы аударма мәтінін бағалап, қыындық тудыратын мәселелерді бөліп, туындаған қыындықтарды жою тәсілін табуға тырысады, олардың ішінде:

- бастапқы тіл және аударма тілі елдерінің мәдениеті болмысындағы айырмашылықтар;

- тілдің грамматикалық дәстүрлерінің айырмашылықтары;

- іс айналымындағы, бастапқы және аудармашы тілдерінің іс жүргізу тәсілдеріндегі айырмашылықтар;

- әр түрлі елдердің терминологиялық жүйелеріндегі айырмашылықтар;

- белгілі бір білім саласында аудармашы құзыреттілігінің жеткіліксіздігі.

Аударма процесінде туындастын осы мәселелер мынадай тәсілдермен шешілуі мүмкін:

- аудармашының түрлі сөздіктерге (мысалы, түсіндірме сөздіктер, терминологиялық сөздіктер, анықтамалық сөздіктер, жалпылама сөздіктер, энциклопедиялық сөздіктер) жүргінуі;

- аудармашының белгілі бір тақырып бойынша анықтамалық әдебиетке жүргінуі;

- осы салада жұмыс істейтін маманға, кәсіпқойға жүргінуі;

-әр түрлі ғаламтор ресурстарға, соның ішінде аударма мәселелеріне арналған арнайы сайттарға жүргіну;

- бұрын жүзеге асырылған осы тақырып бойынша аударма-ұлгілеріне жүргіну.

4) басқа тіл құралдарының көмегімен қабылданған мағыналық және стилистикалық ақпаратқа балама беру;

Аудармашы қызметінің төртінші деңгейі баламалы түрде қайта құруға бағытталған түрлі іс-әрекеттер мен операциялармен байланысты. Яғни, төртінші деңгей - түпнұсқаның ақпаратын басқа тілге

берау бойынша іс-қымыл деңгейі[3, 96 б.]

Аударма процесінде лексикалық құралдарды іздеу және іріктеу механизмі ең қүрделі, өйткені нақ осы кезеңде аудармашыға өзінің барлық ақпараттық қоры мен сол саладағы білімін ғана емес, сонымен қатар эмоционалды боялған элементтердің, аударманың прагматикалық міндеттерінің рөлін ескеру керек.

5) орындалған материалды қорытындылау (жалпылама) бағалау;

Аудармашының бесінші деңгейі – соңғы: бағалау. Бұл деңгейде аударманың прагматикалық міндеттері мен аударма қызметінің басқа да факторларын ескере отырып, неғұрлым кең мәнмәтін шенберінде аударманы корытынды ұғыну және бағалау жүргізіледі. Аудармашының бесінші деңгейі - оның жоғары басқарушы буыны. Бұл іс-әрекет деңгейін шығармашылықпен менгеру аудармашыға алдыңғы деңгейлерде аударма процесінде орын алуы мүмкін жекелеген дәлсіздіктерді түзетуге мүмкіндік береді[4, 276].

Қазақ елінің арқа сүйер болашақ мамандық иелерін, іс қағаздарын толтырудың мемлекеттік стандарттары мен толтыру әдістері, жазылу стилі, қызметі, мақсаты сияқты білім негіздерімен қаруландырып, қазақ тілінің қогам дамуындағы рөлінің күшеюіне олардың өз септігін тиғізуін қамтамасыз ету. Аударма саласы қазақ іс-қағаздар ісіне алып келген тың өзгерістері мен жаңалықтарын ескерсек те, әлі де толықтырып және жетелеуге тиіс көптеген мәселелері бар. Мысалға алар болсақ, іс қағаздарының аудармасында орыс тіліндегі сөйлемдегі бірде-бір сөзді қалдырмай аударуға тырысу ұдерісі бар. Қазақ тілінің тіл байлығын ескерсек, кейде аударма туындыларында қайталану мен тым жалан сөздер өте жиі кездеседі. Аударма саласында тілге деген фанатизмің қатты да керек емес екенін ескерсек, кейбір сөздер немесе терминдерді халықаралық түрдегі сипатында қалдырғаны дұрыс. Кейде аударма немесе балама табылмай қалатын да жағдай кезінде сөзді сол күйінде немесе халықаралық атауына сәйкес қалдырғаны дұрыс деп санаймын. Бұл кемшілікті түзетуге жетелейтін тәсіл аударуға тиісті құжаттар мен іс қағаздар мазмұнын жіті ұғынып, оны аударуда қазақ тілінің құрылымын дұрыс пайдалану керек деген ойдамын. Қазіргі таңда аударма саласында өте жиі кездесетін мәселе бұл қате аудару. Кез-келген сөздің өзіндік құны мен салмағы бар екенін ескере отырсақ, кейде қате аудармалар сол аударылған тілдің кең таралуы мен халық арасында қате қолданылуына ықпал етеді. Орфографиялық заңдылыққа сыймайтын қателіктер де өте көптеп кездесіп жатады. Өйткені белгілі бір атауды білдіретін сөз тіркестерінің, дұрысында құрделі атаулардың бірінші сөзі ғана бас әріппен жазылуға тиіс. Сондықтан бұл мәселені шеудің бірден бір жолы ол Ресми қарым-қатынаста дұрыс сөйлеп, дұрыс жаза білу үшін ресми стильдік элементтерді бейтарап стильдік элементтерден ажыратады. Қазақ тіліндегі сөйлем құрылышының заңдылығын сақтау, орфографиялық, орфоэпиялық, синтаксистік норманы білу, қазақ тілінің табиғи қалпын сақтау.

Аударма саласы басқа елдерге қарағанда біздің елде ерекше орында тұратын салалардың бірі. Тек қана іс-құжаттар саласы ғана емес күнделікті өмірде де үлкен маңызға ие. 130-дан астам ұлттың отаны болып отырған Қазақ елінде аударма саласы сұранысқа ие. Қазіргі таңдағы аударма ісінің іс-құжаттар саласына тиғізген ықпалы мен пайдасы өте зор. Бұл қазақ тілінің ресми түрдегі құжаттарда еркін сайрауы, қолымыздығы төлкүжат пен шет елде көрсететін паспорттың қазақша жазылуы, орыс тілін жетік білмейтін ауыл тұрғындарының бұрынғыдай аударма іздең қиналмауы, жана терминдер мен іс-қағаздар әнциклопедиясының қазақ тілінде шығарылуы және тағы басқалар. Аударма ісі бұдан әрі де дамып, өркендей беретініне біз сияқты болашақ мамандардың тиғізег үлесі өте көп деп ойлаймын.

ӘДЕБИЕТ

1. Қазақстан Республикасының Тіл туралы Заны.
2. Сдобников, В. В. Переводческие находки переводческие ошибки/ В. В. Сдобников // Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова. - 2011. – 156.
3. Гарбовский. – М.: Н.К. Теория перевода / Н.К. Гарбовский . – М.: Московский университет; 2-басылым, 2017. – 966.
4. Чернов, Г.В. Теория и практика синхронного перевода / Г.В. Чернов. – М.: Либроком, 2013.-276.
5. Ләzzат Дүйсембекова . Ис қағаздарын қазақша жүргізу. РК СГУ. 2001.
6. Қазыбек Г.Қ. Көркем аударма тәжірибесі. – Алматы: Қазақ университеті,2005.
7. Сәмитұлы Ж. Аударма теориясы және практикасы: оқу құралы. – Алматы:Қазақ университеті, 2005.
8. Әшірова Б. Қазіргі қазақ ресми іс қағаздары туралы Аударматану (ғылыми-практикалық көмекші құрал).– Алматы: «Тіл» оқу-әдістемелік орталығы, 2008.

FEATURES OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL TRANSLATION IN THE FOOD AND PROCESSING INDUSTRY

The article discusses some of the features of scientific and technical translation in the food and processing industries. The food and processing industry is a significant industry for every population, as it directly affects the level of food independence and the welfare of the country. The article was written to get acquainted with this type of translation, due to the insufficiently high involvement in the agricultural industry.

Key words: features of scientific and technical translation, agriculture, food and processing industry, translatability, terms, mechanical engineering.

Тастанова Р.Б.,

Студент КазУМОиМЯ имени Абылай хана

Специальность «5B020700-Переводческое дело»

Алматы, Казахстан

e-mail: rtsnva7@gmail.com

Научный руководитель: Кожбаева Г.К.

ОСОБЕННОСТИ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА В ПИЩЕВОЙ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В статье рассматриваются некоторые особенности научно-технического перевода в пищевой и перерабатывающей промышленности. Пищевая и перерабатывающая промышленность являются значимой отраслью для каждого населения, так как напрямую оказывает влияние на уровень продовольственной независимости и благосостояния страны. Статья была написана для ознакомления с данным видом перевода, в связи с недостаточно высокой причастностью к аграрной отрасли.

Ключевые слова: особенности научно-технического перевода, сельское хозяйство, пищевая и перерабатывающая промышленность, переводимость, термины, машиностроение.

Аграрная отрасль объединяет в себе множество направлений: сельское, лесное, рыбное хозяйство. А также, отрасли, перерабатывающие сельскохозяйственное сырье, пищевая промышленность, отрасли легкой промышленности. Сфера промышленности, выпускающие средства производства для сельского хозяйства, то есть машиностроение. Считаю, что к данному сектору можно отнести и другие экономические и научные отрасли, такие как: средства химической защиты растений, ветеринария и минеральные удобрения.

В эпоху глобализации и рыночных отношений, мы становимся свидетелями появления нового оборудования, то есть сельхоз техники, которая заставляет аграриев заключать внешнеэкономические связи и обращаться к иностранным источникам информации. Любой контакт с зарубежным миром развивает потребность в переводчиках, работающих с документальными материалами. Ведь, для получения корректной и точной, той или иной информации нужен переводчик, который будет иметь достаточные знания в определённой тематике, нашем случае, это – пищевая и перерабатывающая отрасль. Данная тема и ее аналоги, как правило, относятся к научно-техническому переводу.

Научно-технический перевод – это часть языковой коммуникации. В основном, научно-технические тексты имеют проблему т.н. «переводимости» текста, когда не всегда возможно найти подходящее по смыслу слово.

Для того, чтобы правильно передать значение прочитанного на языке перевода, необходимо постараться соблюсти передачу точности мыслей текста с оригинала со всеми их оттенками, возникающими ассоциациями и с сохранением стиля автора средствами языка перевода.

Таким образом, в любом языке имеются такие речевые обороты, которые практически не имеют соответствий в другом переводимом языке, и это может отразиться на восприятии текста, его смысла при переводе. Но, вместе с тем, это не частое явление.

По тематике «Особенности научно-технического перевода в пищевой и перерабатывающей промышленности», можно привести примеры «переводимости». Однако, для этого надо быть одновременно экспертом в нескольких отраслях: в сфере сельского хозяйства общественного питания, традиционной кухни и т.д.

Так, в качестве примеров, характеризующих вопрос «переводимости», т.е. отсутствия аналога перевода, приведу следующие фразы и слова, затрагивающие пищевую промышленность:

1. Окрошка (рус.яз.) - суп холодного приготовления виде салата
2. Самовар (рус.яз.) – посуда в русском народе для кипячения воды
3. Борщ (рус.яз.) – суп из капусты и свеклы в русском народе
4. Блины (рус.яз.) – тонкая выпечка из муки в русском народе в виде круглой тарелки

Нам, как жителям своей страны значение данных слов очень даже понятны, но при переводе на английский, язык эти слова могут вызвать некие трудности, так как это одно из национальных блюд и вещей русского народа. В свою очередь, это дает нам (переводчикам) некий сигнал о том, что при переводе мы обязаны принимать во внимание языковую картину мира этого народа, то есть – культуру. Ведь цель каждого перевода - донести послание, не утратив его эмоциональный окрас со смыслом, я бы даже назвала это как «сохранение духа вашего сообщения». Свойственно, при переводе переводчик использует разные классификации способов передачи фраз и слов.

1. Калькирование
2. Транскрипция/транслитерация
3. Семантический неологизм
4. Функциональный аналог
5. Описание, пояснение, толкование

Калькирование - способ перевода лексической единицы оригинала путем замены ее составных частей – морфем или слов их лексическими соответствиями в переведяющем языке[1]. Данная трансформация позволяет перенести слова в переводимый текст, при полном сохранении его семантики.

Например:

- «Селедка под шубой» - «Herring Under Fur Coat Salad»
- «Пироги» - «Pasties»
- «Маринованные грибы» - «marinated mushrooms»

При транскрипции фонемы языка - источника заменяются более близкими к ним фонемами заимствующего языка.

Например:

- «Борщ» - «Borsch»
- «Кисель» - «Kissel»

Либо транслитерация, то есть буквенное воссоздание исходной лексической единицы, при помощи алфавита переведяющего языка, буквенная имитация формы исходного слова:

- «Пельмени» - «Pelmeni»
- «Квас» - «Kvass»
- «Водка» - «Vodka»

Освоение - это адаптирование слова на основе иноязычного материала формы принадлежащего переводящему языку.

- «Шашлык» - «Shashlyik»
- 6. Facilities (англ.яз.) – средства, оборудование, аппаратура, техника, ссуды, льготы, учреждения.

Общность всех слов в том, что все слова призваны обеспечить удобство.

- manufacturing facility – промышленное предприятие
- new production facilities – новые производственные мощности
- laboratory facilities – лабораторная база
- transport facility – транспортное средство
- facilities in rural areas – учреждения в сельской местности

and would this storage facility be located on these premises? (перевод: а хранилище находится на вашей территории?)

Так же, временная величина понятия «сутки», как в русском - «двадцать четыре часа», в английском языке вообще не встречается. Англичане не говорят «twenty-four hours». Они просто говорят «day», хотя слово отражает только световой день.

Особенности научно-технического перевода:

Научно-технический перевод имеет свои следующие особенности:

1. отсутствие эмоциональности
2. краткость и чёткость в изложении
3. особое смысловое значение отдельных слов
4. частое повторяющееся употребление одних и тех же слов
5. редкое употребление активных и пассивных грамматических конструкций
6. отсутствие фразеологизмов
7. частое употребление аббревиатур и сокращений
8. применение особых выражений и словарных конструкций (centers, and/or, on/off идр.).

Первая особенность: отсутствие эмоциональности

Калорийность (Энергетическая ценность продуктов. Количество энергии, полученной человеком при поглощении продукта). - *Energy content (Energy value of products. Amount of energy received by humans when absorbing a product)*

Кефир (кисломолочный продукт, приготовленный с использованием заквасок на кефирных грибах, без добавления чистых культур молочнокислых микроорганизмов и дрожжей) - *butter milk/kefir/ cultured yoghurt*. Хотела бы, заострить внимание именно на этом слове. Все мы знаем, что такое кефир, так как употребляем его в повседневной жизни.

Кавказ считается родиной кефира, а его распространение изначально ограничивалось странами бывшего СССР.

Так почему же именно на этом слове, я решила заострить свое и ваше внимание? Прежде всего, начала анализировать перевод каждого слова, которого бы хотела презентовать. Наткнувшись на слово «Кефир», я увидела пару вариантов перевода:

- 1) butter milk; 2) cultured yoghurt; 3) kefir/kephir/kefir.

Больше всего были сомнения с переводом «*butter milk*». Ведь *butter milk* склонно больше к «пахте». Пахта – это по своей сути побочный продукт, от процесса сбивания сливочного масла.[2] На просторах англоязычного интернета «*butter milk*» часто встречается в рецептах вафель, панкейков и т.д. Но, мы чаще называем это ряженкой. В английской культуре нет простокваша, ряженки, есть только йогурт, который производится с помощью закваски. Поэтому тот продукт, что у нас является простоквашей – на Западе стали называть *Buttermilk*.

Исходя из этого мы видим, что слово «кефир» лучше не переводить как «*butter milk*», так как все-таки это разные продукты по своей консистенции. Я считаю, при переводе данного слова лучше использовать транслитерацию - *Kefir* и добавить комментарий с объяснением на переводимом языке.

Абиоз (состояние организма, при котором полностью прекращается обмен веществ и отсутствуют все видимые проявления жизни. При консервировании пищевых продуктов, абиоз сводится к полному уничтожению микроорганизмов, вызывающих их порчу, используется при производстве сгущенного стерилизованного молока). -

Abiosis(a state of the body in which metabolism stops completely and all visible manifestations of life are absent. When preserving food products, abiosis is reduced to the complete destruction of microorganisms that cause spoilage; it is used in the production of condensed sterilized milk)

Термостабильный ароматизатор (ароматическое вещество, которое добавляют в рецептуру пищевого продукта для придания ему более полного аромата и, реже, вкуса. Во многих пищевых производствах проводят тепловую обработку полуфабрикатов или готовых пищевых продуктов в целях: обеззараживания (пастеризация, стерилизация). - *Thermally stable flavoring matter (an aroma that is added to a food product formulation to give it a fuller aroma and, less commonly, taste. In many food industries heat treatment of semi-finished or finished food products is carried out in order to: disinfection (pasteurization, sterilization)*

Гомогенизации разных фаз (растворения сахаров и молокопродуктов, загущения водных фаз). - *Viscolization various phases(dissolution of sugars and dairy products, thickening of aqueous phases)*

Вторая особенность: Краткость и чёткость в изложении

Влияние пищевых продуктов и питания на здоровье населения.-*Impact of food and nutrition on public health.*

Системы контроля и сертификация импорта и экспорта пищевых продуктов - *Control systems and certification of import and export of food products*

Стандартный формат обмена информацией в чрезвычайных ситуациях в области безопасности пищевых продуктов - *Standard format for the exchange of information in food safety emergencies*

Третья особенность: Особое смысловое значение отдельных слов:

- Gap – применяется перевод к нему слов, которые выражают «нехватку», «несовпадения», «отсутствия чего-либо»

- nutrition gap – недостаточна калорийность в рационе питания;

- protein gap- проблема белка;

- technological gap – отставание в области техники.

Четвёртая особенность: частое повторяющееся употребление одних и тех же слов

Политика ВОЗ и национальная политика, планы действий в области пищевых продуктов питания - *WHO and national policies, food action plans*

Компании и проводимые НПО в поддержку политики в области пищевых продуктов питания - *Companies and Research and Production Association in support of food policy*

Разработка всеобъемлющей и комплексной национальной политики в области пищевых продуктов питания.- *Development of a comprehensive and integrated national food policy*.

Пятая особенность: редкое употребление активных и пассивных грамматических конструкций (когда нет совершаемых действий ни от лица, которое совершает, ни над самим предметом, в отношении которого производится действие).

- Руководство по проверке пищевых продуктов на основе оценки рисков.

- Повышение устойчивости в мировом продовольственном секторе.

- Насколько сегодня устойчивы предприятия пищевой промышленности?

• Наши услуги для пищевой промышленности включают: сертификацию, обучение, проведение оценок соответствия, а также решения для цепочки поставок.

Имея в своем портфеле более 2300 стандартов по безопасности продуктов питания и агропищевой продукции, мы имеем все возможности для поддержки отрасли и преодоления сложностей, стоящих перед всей цепочкой поставок: безопасностью пищевых продуктов, продовольственной обеспеченностью, устойчивостью, использованием земельных и водных ресурсов, потреблением энергии, потреблением воды, коммерческими рисками, корпоративной социальной ответственностью.

Шестая особенность: Редкость употребления фразеологизмов

Крепёж из «пищевых сталей»-«food steel» применяется специально для сборки линий производства продуктов питания. Этот фразеологизм, сложившийся среди специалистов пищевой промышленности, подразумевает сплавы на основании железа в 45% с повышенной коррозийной стойкостью. Однако, как термин или класс сплава, выражение «пищевые стали» не регламентировано ни в одной из мировых нормативных баз, и не встречается в какой-либо справочной литературе как термин.

Седьмая особенность частое употребление аббревиатур и сокращений

- FSSC 22000 – система менеджмента пищевой безопасности;

• ХАССП (НАССР- англ.) – концепция, предусматривающая систематическую идентификацию, оценку и управление опасными факторами, существенно влияющими на безопасность продукции;

- ФАО – продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций;

- ВПС - Всемирный продовольственный саммит;

- ВОЗ – Всемирная организация здравоохранения;

- ССТИ – Стандартизованные санитарные технологические инструкции.

Восьмая особенность: Применение особых выражений и словарных конструкций (centers, and/or, on/off и др.).

Говоря о перерабатывающей промышленности, мы часто упоминаем термин как «сельскохозяйственное машиностроение». Сельскохозяйственное машиностроение — отрасль машиностроения, обеспечивающая механизацию перевооружение сельскохозяйственного производства. [3] Сельскохозяйственное машиностроение влияет на уровень развития агропромышленного комплекса каждой страны, на решение его экологических и научно-технических проблем.

Главной задачей сельскохозяйственного машиностроения является обеспечение комплексной механизации с учетом применения машин не только на основных, но и на всех промежуточных операциях при возделывании важнейших культур – это зерновые, кукуруза, картофель;[4]

Сельхоз-техника тоже имеет свой срок работы и она требует постоянного обновления. Чаще всего, данные техники мы закупаем у разных стран, что развивает рыночные отношения. Каждый

день, мы становимся свидетелями появления нового оборудования. Необходимость получения точной информации вызывает потребность в переводчиках. Для передачи всех нюансов оригинального текста, переводчики должны владеть не только языком, но и всеми терминами в своей специализации. Также должен присутствовать стиль сельскохозяйственной техники.

При переводе научно-технической документации есть специфические термины понятные только узкому специалисту.

Например:

• «Апельсиновая корка» - морфология поверхности в форме булыжно-гранулированной модели, которая встречается, когда металл с необычно крупным размером зерна нагружен выше предела упругости[4] - *Orange peel*

• Культиватор-сельскохозяйственная машина для обработки почвы.- *Cleaner*

• Борона-предназначены для обработки земли – рыхления, образования гряд.- *Harrow*

• «Рыбий глаз»- дефект сварки-*Fish eye*

• Окалина-продукт, образующийся на поверхности стали и некоторых других сталей при нагреве их в средах, содержащих кислород.[5]- *Dross*

В целом, можно сделать вывод, что с развитием науки и техники данный вид переводов становится востребованным, а приемы и особенности перевода все более усовершенствуются. Исходя из этого, мы можем заметить, что перед переводчиком, стоит большая и нелегкая задача, ведь в его обязанности входит не просто знать язык, но и иметь базовое представление той отрасли с которой он работает. Помимо этого, я считаю, необходимо всегда совершенствовать свою переводческую компетенцию.

ЛИТЕРАТУРА

1. <http://buro-perevodov.blogspot.com/>
2. <https://ne-veli4ka.livejournal.com/>
3. <https://kartaslov.ru/карта-знаний/Сельскохозяйственное+машиностроение>
4. Орлова Г.Д. /Пособие по переводу английской научнотехнической литературы: Учеб.пособие - Тула, Изд-во ТулГУ, 2006 – 175 с.
5. <http://sl3d.ru/slovar/b.html>
6. <http://sl3d.ru/slovar/o/3405-okalina.html>
7. <https://fabricators.ru/article/selskohozyaystvennoe-mashinostroenie>

УДК 8125

Тен Диана

Специальность: 5B020700-Переводческое дело
КазУМОиМЯ им. Абылай Хана
Алматы, Казахстан
e-mail: di.artano@gmail.com

ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА МЕДИЦИНСКИХ ТЕРМИНОВ

В данной статье показана актуальность проблемы, которая обусловлена высоким спросом на качественные переводы медицинских текстов, их сложностью и ответственностью перевода, а также детальным изучением отличительных особенностей медицинских текстов. Понятие термина. Медицинский перевод занимает важное место среди других видов научно-технического перевода и имеет непосредственное отношение к здоровью и жизни человека.

Ключевые слова: актуальность, медицинский перевод, качественные переводы, термин, отличительные особенности, человеческая жизнь.

Ten D.L.,
Speciality: 5B020700-Translation studies
KazUIRandWL of Ablaikhan
Almaty,Kazakhstan
e-mail: di.artano@gmail.com

DIFFICULTIES AND FEATURES OF TRANSLATION OF MEDICAL TERMS

This article shows the relevance of the problem, which is due to the high demand for high-quality translations of medical texts, their complexity and responsibility, as well as a detailed study of the distinctive features of medical texts. Concept of term. Medical translation occupies an important place among other types of scientific and technical translation

and is directly related to human health and life.

Keywords: relevance, medical translation, high-quality translations, term, distinctive features, human life.

The term is a word or phrase correlated with a special concept, phenomenon or object in the system of any field of knowledge. The most important features of terminological linguistic units are considered primarily correlation with a certain scientific concept, accuracy and consistency.[7]

Among the specific features of medical translation, it is worth noting a large the number of terms requiring an accurate and unambiguous translation into a foreign language. To work in the field of medical translation, it is important to know a wide range of vocabulary, including not only standard terminology, but also words denoting symptoms, pharmaceuticals and medical equipment.[1] Besides, one of the features of medical translation is the presence of words borrowed from them different languages: Latin, Greek, English, etc. The features of the medical text also include numerous abbreviations. They present a separate difficulty during the implementation of medical translations. In addition, an abundance of complex, often unfamiliar translator of terms, creates difficulties in establishing grammatical relationships between some words, which often leads to errors in coordination. Another feature of medical translation is the extension lexical composition. A distinctive feature of the medical text is its complex content. Often when translating a medical translator, a problem misunderstandings of the content of the source text. This problem may become serious an obstacle to the work, because understanding the meaning of a scientific text is one of the most important components of thematic translation.[3] In such cases, for the translator has to resort to help in translating correctly medical workers. Consultation with a specialist allows a translator make yourself aware of the contents of the medical text and avoid inaccuracies in the translation. Medical translation is characterized by features such as specialized medical terminology, medical abbreviations and acronyms. In addition, illegible handwritten text is found in medical records. An additional difficulty lies in the fact that hundreds of new names are added to medical vocabulary every year, and previously used words and expressions can acquire new meanings. A particularly large number of names appear to denote new methods of diagnostics and treatment of patients. Abbreviations in the original language, as well as abbreviations of Latin origin, are especially difficult for translation.[2] The decoding of abbreviations when translated from European languages, the alphabet of which coincides with Latin, may lead to a misunderstanding of the abbreviated expression. Thus, the need to train specialists with experience and knowledge in the field of medicine, as well as proficient in foreign languages, remains relevant. The translation of the text related to the medical history or the results of the tests performed is entrusted to specialists with the appropriate education and a high qualification category. Of course, the best option is a translator with a medical degree. Despite numerous difficulties, working with written medical translation remains a real challenge due to the sheer amount specialized dictionaries and medical literature. The primary goal of a medical translator is accuracy and clarity information transfer. The implementation of this task is complicated by a number of difficulties, which often entail translation errors. So, the word “poignet” (wrist) is used in everyday life, while in anatomy it is customary to use the term “carpe”. One more an example is the word picotement, which is a symptom diseases, while in vernacular they often use “fourmillement”, associating this sensation with the bites of ants (from the French “fourmis” - ants). Another problem when performing a medical translation is discrepancies in some classifications and differences in system organization health care. So, for example, in Kazakhstan it is considered generally accepted digital classification of blood groups (I, II, III, IV), while in other countries use international lettering (O, A, B, AB).[4]

MISTAKES OF TRANSLATION

SELF-LIGATING BRACKETS – “самолигирующиеся брекеты”. The term firmly established in orthodontics is not entirely correct, since it is a literal translation, while in the Russian language there is no word “ligation”. There is “alloying”, but this applies to steel. At the same time, there is the term “ligature” widely used in medicine. In fact, this is a special design of braces, when they do not need to be tied to an arc with a ligature, but it is attached to the built-in lock. Thus, the correct term would be “ligature-free braces” or “self-tied braces,” but because of the difficulty to pronounce the latter, the first is better.

IMPLANT – “имплант”. In Russian correct pronunciation – “имплантат”.

GRAFT – «графт», «аутографт» и т.п. – correct “аутотрансплантат”, if it is a bone or skin graft in the same patient, if tissue of animal origin is used, then “xenograft”, if artificial material, then this will be “synthetic material”.

DRILL – “сверло”. But this is not always true. If we are talking about a tool that extends an existing hole, then it's correct to say “sweep”. If the cutting edges are located not only at the end, but also along the tool, then correctly call it “mill”.

BIOFILM – «биопленка», but not «биофильм».

ANGINA – «стенокардия», but not «ангина».

COMMUNICABLE – «заразное», «инфекционное», but not «общительный»

PRESNTATION – «демонстрация больных», «описание случая», but not «презентация»

GLANDS – «железы», but not «гlandы»(tonsils)

DRUG – «лекарство», «наркотик», but not «друг»

LUNATIC – «сумасшедший», but not «лунатик» (sleep-walker)

The abbreviation CP stands for:

- 1) chest pain – боль в груди;
- 2) cardiac pacing – кардиостимуляция;
- 3) chicken pox- ветряная оспа;
- 4) child psychiatry- детская психиатрия;
- 5) cleft palate-расщепленное небо.

A feature of these examples is that in medicine they have a different significance. And the abbreviation has many meanings that can confuse the translator and show that context is important.[6]

The specificity of translation of medical texts lies in the exceptional accuracy and maximum completeness of the presentation of the material. More often total medical documentation contains information about the purpose of various drugs, contraindications, side effects and other important points that directly affect human health. That is why, when carrying out medical translation, it is necessary to thoroughly understand the meaning of each term and definition. Translation of medical texts should be carried out by professional linguists and language experts, which will achieve the highest quality presentation of the material. In addition, all documents must be verified by a medical specialist. Translation of medical texts and opinions is a veritable demanded type of translation, but at the same time one of the most difficult and responsible. This type of translation assumes one hundred percent understanding of the original text by the translator and painstaking work with dictionaries and reference books. Here you cannot fantasize and guess, because from the accuracy of translation often depends on the medical diagnosis and the treatment. Medicine is a collection of several sciences, each of which is of great importance. Only upon mastering a sufficient level knowledge in the field of chemistry, biotechnology, pharmacology, psychology, etc. a specialist can make the translation of medical documents accurate and correct, which is vital.[5]

REFERENCES

1. Samoilov, D.V. About the translation of a medical text, 2006.43-46p.
2. Zubova L. Yu. English medical abbreviations as part of the professional language paintings world, 2009. 119p
3. Osataeva A.N. Lexical and semantic features of medical terminology, 2016. 67-68 p.
4. Zubova, L.Yu. To the question of the peculiarities and difficulties of translating English medical abbreviations, 2005. 42-43 p.
5. Solntsev, E.M. General and particular problems of translation of medical texts // E.M. Solntsev. 128 p.
6. Gerd A.S. Problems of the formation and unification of scientific terminology [Text] / A.S. Gerd // Questions of linguistics, 1979. - №1. - S. 83-88.
7. Grinev-Grinevich, S. V. Terminology: textbook. manual for stud. higher. study. institutions [Text] / S. V. Grinev-Grinevich. - M : Academy, 2008 .-- 304 p.

УДК 81-26:347.78.034

Токсанбай Айтолжын
КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Алматы, Казахстан
e-mail: aitolkyn_toksanbay@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕКСТОВ С АНГЛИЙСКОГО НА КАЗАХСКИЙ

В статье исследуются всевозможные особенности «перевода маркетинговых текстов с английского на казахский», анализируются существующие трансформации в переводе и их взаимодействие с культурными аспектами языка перевода.

Ключевые слова: маркетинговый текст, сленг, бренд, целевая аудитория, исходный текст, целевой язык

Toksanbay A.,
Undergraduate of Translation and Philology of Ablaikhan
KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan
e-mail: aitolkyn_toksanbay@mail.ru

PECULIARITIES OF TRANSLATION OF MARKETING TEXTS FROM ENGLISH INTO KAZAKH

The article examines all sorts of features of “translation of the marketing texts from English into Kazakh”, analyzes the existing transformations in translation and their interaction with the cultural aspects of the target language.

Key words: marketing text, slang, brand, target audience, source text, target language.

Nowadays, for the successful conduct of foreign economic activity of international companies in Kazakhstan, it is impossible with the incorrect reporting and translation of existing and current marketing texts in a particular area. We all know that marketing texts have their own unique specifics, and ignoring such features during translation can lead to big losses and even company failure. That is, with a non-professional translation, marketing texts lose their main function. And the main function of marketing texts is to convince customers who are interested in buying company's products. Accordingly, it is necessary to determine what are the features of the marketing text, what lexical, pragmatic features allow to perform its main function, as well as how to preserve the characteristics and the main message of the text during translation.

A. M. Sheiko in his article defines the marketing text as “a text created with the aim of promoting a product on the market and attracting the attention of potential consumers to it”. [1, p. 148].

Marketing text is a “type of text whose main function is to draw the reader's attention to the offered product / service with the aim of further purchasing the product/servicey”. [2, p. 90].

Marketing texts come in many different categories. These include PR texts, press releases, promotional materials, slogans, brochures and catalogs, websites.

Marketing texts allow to perform a number of tasks such as:

1. Creating a brand image;
2. Increase in sales due to the successful delivery of information about the product / service to the target audience;
3. Presentation of the competitive advantages of the product/service. [3, p. 1-2].

Accordingly, an adequate and correct translation of marketing texts is extremely important for creating a brand relationship with the target audience, due to the fact that this directly affects the general condition of the company, if specifically, on the overall financial position, which over time determines the effectiveness and role of this brand in the foreign market.

The ability to convey meaning and goal, not just words, from one language to another, is an art for me. Not every person has this ability. According to statistics, only 5% of translators have this quality. Competently expressing your thought in one language, and also in the second, keeping the message and the whole meaning, for the target audience, so that tomorrow it will return in the form of profit, it is not so easy as it seems. Brands spend a lot of time to form their slogan, marketing text for their product/service, and translation of such texts takes several times longer. Therefore, in the translation process, translators should put determined effort into translation . Every translation job done makes him a name in the market. Why? Because we, translators, also work with clients like brands, we also have our place in the market, and this serves to promote our specialty and activities.

One of the characteristics of marketing texts that causes difficulties during translation is non-literal character. It is for this reason that the translation of marketing texts does not require the accuracy of translation and the transfer of the complete author's style, but the effective transfer of information to the reader/buyer by all possible means of the target language. The result of a successful translation is the end result when the brand message is clear to the target audience and this causes positive reactions. For example, the concept “customer”, which is quite often used in English, in Kazakh language, depending on the context, can have a number of meanings: тұтынушы, сатып алушы, тапсырыс беруші.

Below is an example for translating marketing text:

“Enjoy one-touch or voice-activated access to features and search, and give customers the power of self-service”. [4, p. 3-4].

“Бір ғана батырманы басу арқылы, сіз дыбыстық командалар көмегімен басқаруға болатын және өзініздің тұтынушыларыңызға өз-өзіне қызмет ету мүмкіндігі секілді функцияларды ұсынасыз”.

The word “enjoy” is used quite smartly in marketing texts, and in the Kazakh language it is often translated

as “ләззат алыңыз, рахаттанаңыз, пайдасын сезініңіз/багалаңыз”. But when translating this sentence, the author of the translation decided to completely remove this word. The word *power* («білік, қүш») in the version of the translation into the Kazakh language turns into the word «мүмкіндік». The author of the translation used such methods as to remove the word, translate, leaning towards the meaning and his goal was to make it clear for readers/buyers of the target language.

One of the characteristics of marketing text that should not be ignored is its complexity. According to statistics, the average productivity of a translator of technical texts is one page per hour, while translation of a marketing text can take from two hours to a whole day, if not more. Consider an extreme example: slogans. A slogan is a short marketing message, an appeal that, when translated, can take the translator from several hours to several days, as a result, the productivity, which is measured in words per hour, just becomes ridiculous and unacceptable. Some translators, despite such shortcomings, come to terms with this fact, provided that the payment will correspond to the work done. Since the conversation turned into slogans, in my point of view would be an excellent decision to consider their translations from English into Kazakh.

One of the most popular types of marketing texts are slogans, which serve to grab people's attention, in some cases highlighting the benefits of a product and to be embedded in memory.

For instance, advertising for the “Coca Cola” brand is popular with its slogan “*taste the feeling*”. This slogan was translated into Kazakh as “татып көр, сезін”. It should be emphasized, when translating marketing texts, including slogans, the main task is not to preserve the author's style and accuracy, but accuracy and adequacy of the text in the target language. Therefore, here, when translating this slogan, the translator completed the main task, he conveyed to the readers/buyers what the manufacturer wanted to convey. If you literally translate this slogan, it will be like “сезімнің дәмі” or “сезімнің дәмін көр/тат”.

In this case, this literal translation would be incorrect in terms of marketing. The main obligation of marketing text is to attract the attention of readers so that they will soon understand and be convinced that they need this product and become buyers of this brand. The variant “татып көр, сезін” sounds so good, understandable and not intrusive.

One of the problems with translating marketing texts is the incompletely disclosed meaning. That is, a translator who was asked to translate marketing texts does not mean that he will be able to make a literal translation, thinking that this type of texts is the same as medical, technical, and so on, where problems can arise only with the terms or their writing. Marketing texts require a specific delivery of information about a product/service to a reader/buyer, because consumers are the main priority for every brand and company. And the fact that thanks to marketing moves that are transmitted through the text, readers become customers, this is the initial goal.

Translation of marketing texts is a special task. Since in the source text was written in a such way that a person who reads it was certainly interested in the goods or services that were described. In this case, it is worth noting that the translator who works on the translation of the marketing text, he himself must be a little bit of a marketer in order to convey information so as to interest the client in the target language. Let's give an example:

“It's time to deside. Which side are you?”.

“Екеуінің де дәмін татып, қайсысын таңдайтыныңды шеіп”.

Here, in the English version, the word “deside” immediately catches your eye, we all know that instead of the letter “c” the letter “s” is written. This is one of the marketing tricks to attract visual attention. Because when we all see something unusual, non-standard, and against the rules, since there is a grammatical error, we all pay attention to it. Then we begin to understand what the author wanted to convey to us. The word “side” here means the left and right sides of the Twix chocolate. And the meaning of the whole slogan is that you have to taste both sides of the chocolate and decide which side you are on and which one you choose. It's like a message and like a task for the reader, and this slogan sends a challenge to the brain and brings to action, that is, to the purchase of this product. In this case, translated into Kazakh, the translator conveyed what the brand wanted to convey. If you translate this slogan literally, it will be “Шешім қабылдайтын уақыт келді. Сен қай жағындасың? / Қай жакты таңдайсың?”. Then the meaning of this slogan will not be fully revealed, the readers will not understand what it is about, and they may not pay attention to it, and will avoid somehow getting involved in some kind of advertising and waste time on it. The trick of marketing texts is to be embedded in memory in a second and be understood immediately. Therefore, the translator made the correct translation, keeping the whole meaning, the message of this slogan. I would even say better than the original. Because the translation is instantly understandable, and reading these lines the reader/buyer will just want to taste and taste, this is an achievement for the brand and of course for the translator too.

One of the popular terms in the field of marketing, this word in English sounds like “cartel”, in Kazakh translation it will be like “картель”. As a translator, I believe that some terms that do not have an appropriate replacement in the target language should remain as in the source text. Because, firstly, it will simplify the task for translators when translating marketing texts, and secondly, it warns against meaningless and incomprehensible, unacceptable translations of words and their meanings. In this case, it remains only to understand the meaning of this word. If we analyze this transformation, then the type of transformation that the translator used when translating this term, they are transliteration and transcription. That is, the letters and the sound of this term are preserved in the translated version.

After giving examples from different translators, using their translations, I decided to share my experience and what difficulties, peculiarities I faced when I translated marketing texts.

For example, the well-known brand “Nike” has a slogan like “*Just do it*”. This slogan sounds very good, understandable, has a motivational message, encourages the reader to take action, attracts attention, many Americans use these words in their speech when they want to express support. But, in Kazakh, when literally translated, this slogan loses all of the above qualities. Because the literal translation will be like “Жай ғана бұны жаса”. First, it is immediately clear that it does not sound very good, because we, the representative of the Kazakh nation, do not use such words when we want to support someone or to motivate someone. Accordingly, to make a literal translation of this slogan would be a huge, unjustifiable mistake for a translator, who would portray him as an amateur in his field. Therefore, as a translator, I believe that the correct translated version of this slogan should be like “Сенің қолыңнан бәрі келеді” or “Сен өзің ойлағаннан да мықтысың”. Why did I translate this slogan like that? Firstly, before translating, I re-read the original several times, and tried to understand and guess what the brand wanted to say by this, what message this slogan has, what characteristics the slogan has. After I found out, as I wrote earlier, about the quality of these words, I decided to convey the meaning without preserving the author’s style, for example, my translation is longer than the original. But, the big advantage of my translation is that I retained the motivational character of this slogan, which first of all wanted to convey the brand to customers, that is, in the meaning, if you go deeper, the original and my translation say that people can do anything. I realized that the peculiarity of translating marketing texts is that the translator himself becomes a little bit of a marketer and, in addition, a copywriter, and here it is worth noting that this type of translation requires not only translating words from one language into another, but also versatility and creativity, the main thing is to grasp the main meaning and brand message. And the fact that I completely changed the original in the translated version is quite normal and appropriate when it comes to marketing text.

Marketing texts have their own unique terminology, which should be taken into account when translating, and which require translation transformation. For example, the term “*a loss leader*” is not a meaning about leadership qualities, and is not translated literally, the correct translation would be “сатып алушыларды тарту мақсатында женілдетілген бағамен сатылатын танымал өнім”. Here we can notice the peculiarities and differences between languages. In English this word consists of two words, in Kazakh when using the transformation type “explanation” this term consists of nine words. Why was this word translated by the translator in this way using this particular type of transformation? If we analyze it, then in the Kazakh language there is no exact and literal translation of this marketing term, and if we translate it literally as “шығындар лидері, жоғалту лидері”, then, firstly, it will be an incorrect translation, and secondly, none of the Kazakh language representatives will understand the meaning. Accordingly, the translator, using the “explanation” type of transformation, made sure that this version of the translation is correct and understandable for everyone in the target language.

Based on the above examples, we can conclude that each translation requires time, responsibility, versatility.

Translation problems of marketing texts:

1. Literal translation of the text. There is a possibility that the text will lose its zest or miss a hidden message from the author.

2. Translation of idioms or established expressions without adaptation. With literal translation, you can lose not only the essence of the marketing material, but you can also turn it into a completely opposite meaning, which will negatively turn out the original advertising message.

3. Translation without taking into account the cultural characteristics of people of different nations which is the target audience.

To avoid problems when translating marketing texts from English into Kazakh, you should remember these rules:

1. The first step is to understand the meaning, what the representatives of this brand wanted to convey.

2. Avoiding grammatical mistakes. This can alienate the reader/buyer.
3. Try to create rhymes. It is easy to remember.
4. Try to find adequate substitutes for jokes, slang expressions, adapting words to all standards of the target language.

What are the criteria for determining a perfectly translated marketing text? What qualities should you pay attention to?

Signs of a perfect translation:

1. Material translated without loss of meaning and adapted to the requirements of the target audience.
2. Idioms, jokes, slang expressions, metaphors, puns are translated using an adequate substitution.
3. The message contained in the text is preserved, while not intrusive.

As we all know, translation is not only the transfer of words from one language to another, it is the transfer of culture, tradition, mentality. And this also did not pass by the side of marketing texts. Accordingly, the translator must take into account the existing rules and standards for writing marketing texts and documents, while not forgetting about the mentality and traditions, otherwise the information may be negatively perceived by the audience.

In addition to complying with the standard rules for translating marketing texts, they must be added and adapted, in extreme cases, completely changed depending on the cultural differences of the target audience.

Basically, marketing texts are written in the language of the target audience, respectively, instead of general incomprehensible terms and not publicly recognized vocabulary, brands use jokes, slang expressions that interest readers, force them to read further or take some targeted action. For this reason, the translation of marketing texts has the quality and complexity of presenting information and requires the translator not only to know the language, but also to understand the language, the ability to adapt fixed expressions, and find creative replacements for the original. [5, p. 208].

When it comes to the lexical, pragmatic features of marketing texts, I believe that this is all permissible. For example, as a translator when translating, I must convey the main idea and message of the brand, it is possible without observing certain rules, since the main function of marketing texts is to attract attention. And it is not the preservation of certain norms, certain rules that attracts attention, doesn't it?

Translation of a marketing text is considered successful when the translated text evokes the same reaction from the buyer as the original. Since the purpose of such texts is reaction, emotions, understanding, and a challenge to the buyer's brain so that they are interested in the product/service that the brand represents when reading this text.

But it is worth noting that the process of translating such texts, on the one hand, is a development for the translator. Because the translation of marketing texts makes you think, find an alternative, the equivalent of a word, and without noticing the translator simultaneously learns his own language, learns and finds new words and meanings in his native language. A translator who has coped with the translation of the marketing text perfectly can easily translate texts of other types, which means that every time, thanks to practice, he will become a specialist who has a qualification in this field. Personally, I believe that a person have to be a professional in one field than a little bit everywhere.

Based on the general position and relying on above mentioned facts, examples and features, it is worth noting that the translation of marketing texts, especially their translation from English into Kazakh language, is not an easy task, it is very challenging task for every translator since it requires important qualities from a specialist. Therefore, a successful translation of texts of this type can directly show the professionalism, heterogeneity, creativity, and love for their work on the part of the translator.

REFERENCES

1. A. M. Sheiko, // "Перевод маркетинговых текстов: сложности и особенности/Вопросы лингвистики и транслятологии." 2016. №9. p. 147–157.
2. Dolzhikova S.N., // "Взаимосвязь внешней и внутренней форм маркетингового текста" 2011. №1. p. 89–93.
3. Gerasimov A.E., // "Волчьи ямы и подводные камни маркетингового перевода" p.1-2.
URL: <http://www.eng2rus.ru/article1.phtml>.
4. Vesnina D.A., // "Лексико-семантические и грамматические особенности маркетинговых текстов сферы информационных технологий в аспекте перевода" 2016. № 4. p. 3-4. <https://moluch.ru/archive/108/26094/>.
5. Ivanova S.V., // Nikolaeva A.V., // "Роль "пустых" слов в тексте рекламы (на материале англоязычных рекламных текстов)" 2011. № 4. p. 202–209. <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-pustyh-slov-v-tekste-reklamy-na-materiale-angloyazychnyh-reklamnyh-tekstov/viewer>.

Toleutay A.,
Student of Faculty of Translation and Philology
Ablai khan KazUIRandWL,
Almaty, Kazakhstan
e-mail: aiym_toleutai@mail.ru
Scientific supervisor: MA, Senior instructor Yegemberdiyeva Z.A.

THE TRANSLATION PRINCIPLES OF NEOLOGISMS

The article is devoted to the study of the nature, regularities and features of neologisms, as well as methods of translation based on theoretical concepts. Descriptive and comparative methods, as well as analysis of linguistic data of various components, and conceptual analysis were used in the research.

The lexical and semantic features of neologisms in modern English are investigated, which are often distinguished as an integral unity in accordance with the similarity. The description of neologisms is done taking into account the active human interaction with the objective reality and the perception of speech is connected with the subjective evaluation and is expressed in a particular language of the society.

Key words: lexical innovations, morphological methods, orthographic principles, linguistic patterns of word formation.

Төлеутай А.,
Аударма ісі мамандығының студенті
Абылай хан атындағы ҚазХҚжәнеӘТУ
Алматы, Қазақстан
e-mail: aiym_toleutai@mail.ru
Ғылыми жетекшісі: л.ғ.м., аға оқытушы Егембердиева З.А.

НЕОЛОГИЗМДЕРДІ АУДАРУ ПРИНЦИПТЕРИ

Мақала неологизмдердің табиғатын, заңдылықтары мен ерекшеліктерін, сондай-ақ теориялық тұжырымдамаларға негізделген аударма әдістерін зерттеуге арналған. Зерттеуде сипаттамалық және салыстырмалы әдістер, сонымен қатар әртүрлі компоненттердің лингвистикалық деректерін талдау, тұжырымдамалық талдау қолданылды.

Қазіргі ағылшын тіліндегі неологизмдердің лексика-семантикалық ерекшеліктері зерттеледі, олар жи туыстық біртұтас бірлік ретінде болінеді. Неологизмдерді сипаттау адамның объективті шындықпен белсенді өзара әрекеттесуін ескере отырып жүргізіледі, ал сөйлеуді қабылдау субъективті бағалаумен байланысты және белгілі бір социум тілінде көрсетіледі.

Түйінді сөздер: лексикалық жаңалықтар, морфологиялық әдістер, орфографиялық принциптер, сөзжасамның лингвистикалық заңдылықтары.

Аударма күрделі процесс екені анық. Тұпнұсқаны дұрыс және дәл аудару үшін дұрыс сөздерді тауып қана қоймай, оларды тиісті грамматикалық формада рәсімдеу керек. Сонымен қатар, көптеген жағдайларда елемеуге болмайтын стилистикалық факторлар аударманы қынданатады.

Зерттеудің өзектілігі неологизмдерді аудару әдістерімен, оларды аудару кезінде туындастын проблемалар бойынша зерттеулердің аз болуымен тығыз байланысты. Атап айтқанда, неологизм табиғатын жан-жақты және жүйелі зерттеу қажеттілігі қазіргі кезеңдегі аударманың жаңа бағыттарымен байланысты.

Курстық жұмыстың мақсаты неологизмдерді теория жағынан зерттеу және ағылшын тіліндегі өзгерістерге және адамзаттың жетістіктеріне байланысты жаңа неологизмдерді аудару әдістерін сипаттау болып табылады. Ғылыми мақаланың теориялық негізі аударма теориясы бойынша ғылыми зерттеу жұмыстары, неологизмдердің ағылшын-қазақ және ағылшын-орыс сөздіктері, отандық және шетелдік ғалымдардың енбектері болып табылады.

Неологизм-бұл қазіргі ғылыми зерттеудің негізгі мәселесі. Техникада үнемі көптеген жаңа объектілер мен процестер жасалады. Біз әлеуметтік өмірде, ғылымда жаңа идеялар мен вариацияларды таба аламыз. Неологизмдерді жаңа мағынага ие болатын жаңа лексикалық бірліктер ретінде анықтауга болады. Питер Ньюмарк неологизмдердің он екі түрін қарастыруды және тиісті контекстуалды факторлардың көмегімен нақты мысалдардың аудармасын талқылауды ұсынды. [1, 292 б.] XVI ғасыр Ренессанс деп аталатын ұлы әдебиет курсының кезеңі болды. Көптеген жазушылар ағылшын тілін байыту үшін өз өлеңдері мен әңгімелерінде жаңа сөздерді пайдаланды. Бірақ кейбір неологизмдер өмірі қысқа болып келді. Олар пайда болды және жоғалды.

Тіл-тілде жаңа пайда болған және оның жаңа сөз екендігі аңғарылып тұратын лексика қабатын неологизмдер деп атайды. Неологизм сөзін грек тілінен аударғанда — тілдегі жаңалық, ондағы жаңа сөз деген ұғымдарды білдіреді. Неологизмдердің актив лексикадан өзгешелігі тек жаңалығымен өлшенбейді. Кей сөз пайда болысымен актив лексика қатарына өтіп, жи қолданысқа түседі. Енді бірі неологизм қалпын ұзагырақ сақтайды. Мұның өзі неологизмдердің қандай ұғымды аңғартатындығының көрсетуі болса керек. Шын мәнінде, неологизмдер сандық бағалауға жатпайды, өйткені олардың көшілігі қабылдау арасында ауытқиды, ал көшілігі ұзақ емес жеке туындылар болып табылады. Әлбетте, олардың саны күрт өседі, және біз одан да көп мақалалар, кітаптар және неологизм саласына арналған арнағы және жалпы сөздіктер жи өтіп пайда болады. Олар әдетте нақты қажеттілікке жауап ретінде бірінші болып пайда болғандықтан, олардың көшілігі бір мағынаға ие және сондықтан контекстен тыс аударылуы мүмкін, бірақ олардың көшілігі көп ұзамай мақсатты тілде жаңа (кейде ескі мәндерді жоғалтады) болады. [4, 73-74 б.] Жаңадан ойлап тапқан лексикалық бірліктер немесе жаңа мағынаға ие болатын қолданыстағы лексикалық бірліктер ретінде анықталуы мүмкін. Англияда жаңа сөздерді ойлап табуга ешқандай негіз жоқ. Адамдардың көшілігі неологизмді жақсы көреді, сондықтан бұқаралық акпарат құралдары мен коммерциялық мұдделерді осы ықыласты пайдаланады. Олардың гениальды жарнамасы бар трансұлттық корпорациялар өзінің сауда маркаларын (Coke, Tipp-Ex, Tesa, BiC, Schweppes және т.б.) түрлендіру үшін күш салады. Құрылымдық схемалар бойынша құрылған немесе басқа тілден алынған кез келген сөз сөйлеушілемен жаңа нәрсе ретінде қабылданады. Мысал: магнитофон, супермаркет (supermarket), минимаркет (mini-market). КСРО адамдарының ғарыш кеңістігін зерттеуі жаңа сөздерді тудырды: спутник, ғарыш кемесі, ғарыш зымыраны (Sputnik, spaceship, space rocket).

Сонымен неологизмдер деп актив лексика қатарына енбеген жаңа сөздерді атайды. Неологизмдердің бір түрі ретінде қаралып жүрген жеке автор қолданысындағы жаңа сөздердің жайы басқашалау. Олар авторлық неологизмдер деп аталауды. Себебі жеке автордың стильдік мақсатта қолданған өзіндік жаңалығы сол күйінде неологизм болып қала беріп, актив лексика қатарына енбеуі де әбден мүмкін. Бірінші «неологизм» термині тілде жаңадан қалыптасқан сөздермен сәйкес келсе, екіншіден бүрын-сонды болмаған, белгісіз түсініктерді, затты, ғылым саласын, немесе мамандықты білдіреді. Неологизмдердің өздері белгілі бір мағынаны білдіретін жаңа синонимдерді құрады. Бірақ бұл синонимдер коннотативті бояулармен сипатталады, яғни сөздерге семантикалық және стилистикалық сөздердің бояуы ықпал етеді. Мысалы, *boffin* - әскери мақсаттарда құпия жұмыспен айналысатын ғалым сөзі және *scientist* сөздері жақын синонимдер болғанымен, әр түрлі семантикалық бояуга ие екен.

Бұл лексикалық жаңалықтардың пайда болуы тілдің тұрақтылығына, оларды қолдану жиілігіндегі байланыста біркелкілік байқалмайды. Біреу тілге кіреді, біреу пайдаланудан тез шығады. Тіл және жалпы лексика өз қызметін қарым-қатынас құралы ретінде орындаиды, сөзбен байланысты жаңа ұғымдарды белгілейді және өндейді. Тіл жүйесінде жаңадан пайда болған неологизмдер әлі күнге дейін таралмаған, тіл жүйесінің лексикасына, кейіннен тілдің құрылымдық талаптарына жауап беретін сөздер ғана ауыстырылады. Негізінен жаңадан қалыптасқан сөздер ғылым, техника, мәдениет, экономика, саясат салаларында пайда болса, неологизмдер сөйлеу барысында қалыптасады. «Неологизм» термині ретінде лексикалық жаңа қалыптасқан сөздерді, жеке неологизмдерді де сипаттайтын сөздерді белгілеуге болады.

Қазіргі ағылшын тілінде жаңа сөздердің пайда болуы сөзжасам, сөзқұрау, конверсия, редукция, кері сөздің құрылымы, лексика-семантикалық тәсіл, дыбыстардың алмасуы және сөздегі екпіндердің алмасуы (фонологиялық тәсіл) және т. б. кіреді. Сөзжасам және сөзқұрау көмегімен 80% жаңа сөз жасалады. Оны анықтау үшін 3000-ден астам сөз зерделенді. Сөз жасау тәсілі бойынша неологизмдердің келесі топтары белінеді: 1. Жеке дыбыстардан немесе дыбыстардың өзіндік конфигурациясынан жасалған фонологиялық неологизм. Бұл неологизмде жаңашылдық пен жасандылық бар. Мұндай сөздердің мысалы ретінде соңғы онжылдықта өндірілген полимерлік талшықтарды атауға болады: polyesterol, nylon, etc. Немесе, мысалға алсақ, физика, химия терминдері және т. б. сөздер көлтіріледі.

Polychromatic – көптүсті.

Monochromatic – біртүсті.

Мұндай неологизмдер фонологиялық неологизм деп аталауды.

Бұл топқа одағайда туындаған сөздер кіреді.

zzz (қысқа түс) – ұйықтап жатқанда шығатын дыбыс имитациясы;

to buzz (телефон соғу) – телефон тетігінің жұмысының дыбыс имитациясы.

Көріп отырғанымыздай, неологизм негізінде дыбыстарды импликациялау және дыбысты имитациялау жатыр. Шеттеген алып пайдаланылған неологизмдер: бұл топтағы неологизмдердің жалпы үрдісі ағылшын

тіліне ұқсас емес фонетикалық тарапу болып табылады. Олар салдары жоқ, олар ағылшын тіліне жатпайтын морфологиялық терминді иемденіп алады. Оны төрт топқа бөлуге болады:

а) Өз еркімен шеттен алу. Бұл неологизмнің негізгі тілі- француз. Өсіп келе жатқан өзгерістердің жаңа үрдісі Африка және Азия елдерінің, әсіресе Жапон елдерінің тілдері неғұрлым танымал болып табылады. Осы санаттағы неологизмдер мәдениет саласында жиі кездеседі:
discotheque, cinematheque.

the Duma - Дума

ә) Бұл топқа варварлық тәсіл жатады – олар жаңашылдықпен ерекшеленетін аз ғана ассимиляцияланған неологизмдер, мысалы: *dolce vita, perestroika, glasnost*

б) Үшінші топқа – ксенизмдер жатады. Бұлар елдің тұрмыс ерекшелігін бейнелейтін, тілдің өзіне тән емес неологизмдер тобы, мысалы:

Kung – fu (кунг –фу)

Ninjia – ниндзя

Ксенизм, барлық ауысып алынған сөздердің 14% құрайды және варварлыққа қарағанда көптең кездеседі.

в) Төртінші топты калька құрайды. Соңғы 25 жылда, ағылшын тіліндегі кальканың мөлшері азайып кетті. Заботкина қолданылып жүрген неологизм калькасының ұш түрін көрсетті:
Gliding time (неміс сөзінен *gliestzeit*) – жылжымалы график;
Photonovel (исп. тілінен *Photonovela*) – фотороман.

Аффикстер мен жартылай суффикстер арқылы құрылған жаңа сөздер. Олардың саны аз: -on, -nik, eco-, mini-, maxi-, mega-, -oholic, -gate, -flexi-, apses- және т.б.

Аффикстер өздерінің мәнін кеңейтіп, оны өзгертуде, мысалы: *bookaholic, chocoholic, coffeholic*, осы принцип арқылы келесі сөзқұру бірліктері кеңейтіліп, өзгертуледі -super-, counter-, anti-, -ism. [5, 17-16 б.]

Морфологиялық сөздерді жасаудың ең жиі қолданылатын әдісі транспозиция, суффикс, сөз тіркесі және күрделі құрылым үлгілерін пайдалана отырып түпнұсқа және бірегей авторлық лексикалық бірлікті құру болып табылады. Жаңадан қалыптасқан сөздер тез арада орталыққа еніп, қажетті және белсенді түрде сөздік құрамға кіріп кетеді.

Ағылшын тілі неологизмдерге өте бай - ғұл сөз жақында жасалған және тілде әлі де ұзак өмір сүрмейді. Неологизмдерді аудару баламасы өте сирек кездеседі, және көп бөлігі сипаттама аударма және сөзбе-сөз аударма ретінде пайдаланылады /people of good will, top level talks/. Әдетте жаңа сөздердің мәні контекст арқылы ресімделеді, бірақ оларды құру тәсілін де ескеру қажет. [3, 9 б.] Тіларалық байланыстар барысында неологизмдерді жеткізу дің бірнеше жолдары бар. Оны неологизмдік бірліктердің жіктелуінен көре аламыз. Кірме сөздер аударылып жатқан тілдің өзіндік бөлігі болып саналып, шет тілден енген сөзben бірдей орындалады. Осылайша, аударма тілдік байланыстар дәуірінде басталды, онда бұрын жазба болмаған және өз рөлінен айырылмаған. Қазіргі уақытта осы әдісті пайдалануда кейбір шектеулер орнатылған. Ғұл лингвистикалық, саяси, стилистикалық, әлеуметтік-тілдік ұжымдардың дәстүрлері және т. б. Транслитерация әдісі бойынша біз ағылшын сөздері қазақ тілінің әріптерімен жазылғанын айтамыз. Транслитерация әдісін аудармашылар XIX ғасырдың соңына дейін кеңінен қолданған. Қазіргі уақытта аударма практикасының ең көп таралған әдістерінің бірі- транскрибирлеу әдісі. Ол сөздің орфографиялық емес, фонетикалық нысанын ескереді және қазақ тілінің фонетикалық жүйесіндегі тұрақсыздығы мен айырмашылықтарын нақты көрсетеді. Транскрипция арқылы ақпарат жазу транскрибирлеу деп аталады. Аудару әдістерінің ішіндегі орны бөлек калькалай әдісін атап өтсек болады, оның неологизмдерді жеткізу дің толық аударылатын және аударымсыз әдістерінің ішінде аралық орны ерекше. [2, 5-6 б.]

Калькалай қүрделі сөзден жасалған неологизмдер келеді. Мысал үшін: *multicurrency* сөзі *multi* және *currency* сөздерінен құралған, ал әрқайсысы жеке-жеке «көп» жүрнағы және «валюта» болып аударылады. Екеуін қосқан кезде «көпвалюталы» деген сөз шығады *interbank (market)* = *inter* «аралық» жүрнағы + *bank* «банк» – банкаралық (нарық). Қалькалай әдісінің артықшылығы - оның көмегімен алынған қарапайым және қысқа сөз, оның соңғы және басты сөзге деген қатынасы, тольк ұқсастыпен аудару болып табылады. Ғұл қысқа қасиет калькалайды газеттерде, публицистикалық және қоғамдық-ғылыми жұмыстарда кеңінен қолдануға мүмкіндік береді. [6, 67-73 б.]

Осылайша, неологизмдер мен оларды аударудың теориялық негіздерін зерделеу қорытындысын шығара отырып, біз келесі қорытынды жасаймыз: неологизмдер деп тілде жаңа сөз пайда болатын сөздік қабатты айтамыз. Грек тілінен аударғанда неологизм тілдегі жаңалық ұғымын немесе ондағы

жаңа сөзді білдіреді. Өнімді сөз жасау, қазіргі кездегі ағылшын тілінің өнімді сөз жасалуының жалпы тенденциясымен толық сәйкестік жағдайда. Морфологиялық әдісті атап айтқанда жүрнәктық сөз жасау ортасында басты өнімді жүрнәк -ег журнағы болып табылады. Ағылшын тілінде адъективация, субстантивация (бір атауды басқаға айналдыру), лексика-семантикалық тәсіл, дыбыстарды кезектестіру және сөздегі екпіндерді кезектестіру (фонологиялық тәсіл) және тағы сондай сияқты жаңа сөздерді жасаудың көптеген тәсілдері бар.

«Неологизмдердің аудармасының мәселелері мен ерекшеліктері» тақырыбы лингвистика мен аударма қызыметінде өте аз зерттелген. Курстық жұмыстарды жазу кезінде тақырыпты талдау терең әрі түсінікті жүргізілді. Зерттеу жұмысын талдай отырып, келесі қорытындылар жасай аламыз: Тіл-тілде жаңа пайда болған және оның жаңа сөз екендігі аңгарылып тұратын лексика қабатын неологизмдер деп атайды.

«Неологизм» ұғымын ашқан зерттеулерді талдай отырып, біз екі түрлі көзқарасты көре аламыз. Бірінші термин «неологизм» сөз тілінде жаңа пайда болған сөзжасамдық тілдік зандастыраптуралы атап келгенде, екіншіден, тенденсі жоқ белгісіз ұғымдар, пән, ғылым саласы, мамандық саласындағы сөздер деген мағынаны білдіреді.

Грек тілінен аударғанда неологизм «тілдегі жаңалық», «жаңа сөз» деген ұғымды білдіреді.

Сөзді аудару процесі негізінен 2 кезеңнен тұрады:

- контексте сөздердің мәнін анықтау;
- бұл мәндерді тілдік құралдар арқылы аудару.

Тар мағыналық мәтінмәнді синтаксистік және лексикалық мәтінмәндерге бөлуге болады.

Ағылшын тілінде жаңа сөздердің пайда болуының көптеген жолдары бар, олардың ішінде

- жаңа сөзөнімділігі;
- сөзқұрау;
- конверсиялық (өзгерту),
- қыскарту,
- адъективизациялық, субстиантывтік (бір есімнің екінші есімге айналуы)
- кері сөз құрылымы;
- лексико- семантикалық тәсіл;
- дыбыстардың кезектесуі;
- сөздегі екпіннің ауыстырылуы (фонологиялық тәсіл) және т.б.

Тұпнұсқалық және қайталанбайтын авторлық лексикалық бірлікті жасау үшін транспозиция, жүрнәк, сөз тіркесі, құрделі құрылым үлгілері қолданылады.

Атап айтқанда, құрастыру ортасында суффикс -ег негізгі туынды суффиксі болып табылады.

Негізінен жаңа сөздер тілде бар зат және морфемдік зат есімдермен пайда болады. Сонымен қатар:

- Бар сөзге тағы бір мән беру;
- Біріктіру арқылы сөздерді жасау;
- Неологизмдер жасаудың аффикстік әдісі;
- Басқа тілден кірме сөздер;
- Аббревиация тәсілі;
- Аббревиация.

Неологизмдер ағылшын тіліндегі сөзжасам тәсілінің өнімділігі ретінде мынадай топтарға жіктеледі:

а) жеке дыбыстардан немесе дыбыстардың өзіндік конфигурациясынан пайда болатын фонологиялық неологизмдер;

ә) шеттен алып пайдаланылған неологизмдер: өз еркімен шеттен алу, варварлық тәсіл, ксенизмдер, калька.

б) тілдік жүйенің үлгілерінен және морфемдерден тұратын морфологиялық неологизмдер: аффикстік, сөзжасам, конверсияланған неологизмдер.

в) қысқа неологизмдер

Әсіреле ағылшын тіліндегі неологизмдерді аударудың орфографиялық принциптері манызды. Осы ережелер бойынша бірге немесе дефис (сызықша) арқылы жазылған барлық сөздер құрделі сөз ретінде қарастырылады, ал бөлек жазылған сөздер сөз тіркесі ретінде қарастырылады.

Аударма барысында неологизмдерді жеке-жеке анықтаудың мынадай әдістерін қарастырылған:

- неологизм мәнін анықтауда сөздікті қолдану;
- контекстен неологизмнің мағынасын анықтау;
- неологизм мәнін анықтау үшін құрылымды талдау.

Сонымен қатар, неологизмдерді аударудың бірнеше тәсілдерін теориялық және практикалық түрғыдан қарастырық. Аталған әдістерге:

- Транслитерация әдісі;
- Транскриブルеу әдісі;
- Калькалау әдісі;
- Сипаттама баламалары әдісі;
- Келтірмелі аударма әдісі;

Осылайша, неологизмдерді ағылшын тілінен қазақ тіліне аудару үдерісі екі кезеңде өтеді:

1. неологизм мәнін анықтау (аудармашы соңғы басылыммен шығарылған ағылшын энциклопедиялық сөздікті пайдаланады. Немесе мәтінді ескере отырып, жаңа сөздің мәнін анықтайды).

2. қазақ тілінің құралдарымен жеке аударма жасайды (жеткізеді), Әсіресе: транскрипция, транслитерация, калькалау, бейнелі аударма, функционалдық алмастыру және аффикстік әдістер жатады. Аударма процесінде жиі қолданылған функционалдық аударма әдісі, өйткені авторлық неологизмдерге аударма тілінде сәйкестік табу қын. Содан кейін транскриブルеу және транслитерация әдістері, сондай-ақ неологизмдерді жеткізу дің таптырмайтын калькалау әдісі кеңінен қолданылды.

ӘДЕБІЕТ

1. Newmark P.A. *Textbook of translation*. – London: Prentice Hall Longman, 1988. – 292 б.
2. Мұсатаева М.Ш. Екі тілді лексикография: тенденциялар мен перспективалар.– Алматы – 4-6 б.
3. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика: Учебное пособие.–Минск.: Тетра Системе, 2004. – 9 б.
4. Попович А. Проблемы художественного перевода. – БГК им. И.А.Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 73-74 б.
5. Королева Н.Н. Лингвопереводческий анализ Англоязычных неологизмов. Алматы: 2002 ж. – 17-16 б.
6. Лингвомәдени аспектідегі қазіргі ағылшын тілінің неологизмдерін зерттеу / / «Қайнар» университетінің хабаршысы. –Алматы, 2000. – 67-73 б.

УДК 81'25

Торежанов Н.

студент КазУМОиМЯ имени Абылай хана

Факультет Перевода и Филологии

Алматы, Казахстан

e-mail: n.torezhanov@bk.ru

Научный руководитель: м.г.н. Конырбай Ж.А.

ЗНАЧЕНИЕ ПЕРЕВОДА В ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

В данном исследовании рассматривается влияние переводческого дела на политику, основные особенности этой взаимосвязи и выявляется важность использования специального речевого языка. Лингвистическая сторона политического мира нуждается в некоторых исследованиях, связанных с его задачами. За последнее время переводческая практика играла и продолжает играть ключевую роль в ряде общественно-политических отраслей. Именно посредством перевода политические концепции, возникающие в одной культурной среде, перемещаются в другие пространства и оказывают влияние на интеллектуальные и социальные дебаты в новых контекстах.

Ключевые слова: политический процесс, переводческое дело, экономика, политический язык, политическая речь, переводческие стратегии

Torezhanov N.

Student of Faculty of Translation and Philology

Ablai khan KazUIR&WL

Almaty, Kazakhstan

Email:n.torezhanov@bk.ru

Scientific supervisor: MA Kongyrbay Zh.A.

SIGNIFICANCE OF TRANSLATION IN POLITICAL PROCESSES

This study deals with the impact of translation business to politics, basic features of this interconnection and identifies the importance of using special discourse language. Linguistic side of the political world needs to have some research connected with its objectives. Recently, translation practices have played and continue to play a key role in a number of social and political fields. It is through translation that political concepts emerging in one cultural environment travel to other spaces and impact intellectual and social debates in new contexts.

Keywords: political process, translation studies, economy, political language, political speech, translation strategies.

Politics and translation are two distinctive terms, but we find them in each other. The other field is when subjective forces are involved in the translation, in its selection and production; when the translation becomes an actor for political agenda or political gain. Whenever we say something, the act of speaking itself is political because we decide to speak and we speak selectively. The same is true for writing. Choosing means sidelining many others, which is an inevitable political act. Politics and translation can be looked at in the larger domain of human politics. When We are thinking about translation and Politics, let me put it clearly what we are thinking about. We are thinking about the following phenomena where one can see the political acts happening in translation: first is with the translation book (the product in the target and its various implications), and with the process behind the translation book (from the selection of the text, process of translating some materials or deleting some materials for some reasons etc.). Second one is much more complex than that of the first one. Both contribute towards the act of translation and politics ideologically, economically and by some power-driven factors. The first one is towards a future where it may be asked, criticized or appreciated like an original text, whereas the second one is the answer for whatever happens to the first one. So, we will be trying to arrive at certain translation behavior and at some generalization towards the phenomenon called, translation and politics.

This topic is relevant because the role of the “interpreter” profession is very great in modern interstate relations. World politics and international relations are an integral part of our society, thanks to this fact, countries are constantly developing in various spheres of human activity. Hence the importance of the interpreter in the communication of states, which is a link between two or more countries and provides an opportunity for direct communication, despite the different languages and cultures of representatives. Of course, the translator is part of a large system, so it is important to consider the concept of “linguistics”. The famous linguist Ferdinand de Sossiur believes that linguistics is a language in itself, which is considered in all aspects.

Linguistics, or the science of linguistics, is a science that deals with the study of languages and all that is related to them. It should be noted that the essence of the work we are studying is not only the correct translation of grammatical structures and the selection of analogues of words and phrases, but also take into account the culture of the people whose language is being translated. Proceeding from the above written, it should be said that first of all, the translation from one language to another is also a translation from culture to culture. First of all, the interpreter creates a text in the language of translation, taking part in the process of speech communication. At the same time, the owner of this profession is the creator of the text that fully replaces the original in its semantic, functional and structural values. One way or another, in our opinion, its fundamental and primary function is a qualitative interpretation of the meaning of words of a speaker in another necessary language.

Politics and political discourse

Politics, or political matters – the business of governing a country or region. Political discourse is the formal exchange of reasoned views as to which of several alternative courses of action should be taken to solve a societal problem. Political discourse also refers to frames of meaning and their ordering and disordering propensities. It attributes special importance to symbolic capital as a form of meaning in contrast to economic capital, the two constituting quite different forms of power. Symbolic capital is a result of events individually narrated, compiled, interpreted, and made into collective master narratives by agents who, by a process of retrievals and projections, orality and writing, narratives and texts, are able to read events as social texts. Texts and/or speech used in this field are subject to translation. Their meaning, connotation and the exceptions used make the translation work much completer and more systematic. Many diplomats and participants in international meetings often do not know the language or culture of other countries. As a result, the work of interpreters is essential to facilitate interaction between participants. Synchronists interpret words whose content can be changed or interpreted in different ways, unlike interpreters whose job is to translate written texts where there are standard equivalents and the meanings of words cannot be changed and translated in different ways. When working with diplomatic translation, especially at the United Nations, translators must be informed about political, social and economic events that take place both in their country and around the world. In addition, they should always take into account specialized terminology and strong expressions.

Key features of a common policy language or political language from ordinary words:

- «political lexicon» is terminated and «political» language of signs are not often in use;
- own peculiarity structure of a discourse is the most characteristic linguistic method;
- discourse feature that runs – sound or it is made in writing [1]. The history of the term «political language» started earlier, from 1789, it was used widely [2].

Translation and interpreting at the United Nations play a very important role in facilitating diplomatic relations and networking. Translation helps representatives of different countries understand what speakers in

foreign languages are saying. Speeches at the United Nations may be conducted in one of the official languages recognized by that international organization or simultaneously translated into other languages. Documents considered by the UN correspond to international issues such as "environmental protection, human rights, world trade, disarmament, globalization, global health and social security...". They are translated into different working languages so that representatives can express their thoughts, negotiate and comment. In this way, we can say that translation in this multilateral organization facilitates communication and promotes mutual understanding and harmony among United Nations members.

During the past quarter-century scholars have devoted a great deal of thinking, if not research, to the translation process as such. For the most part, these have been scholars of another ilk, primary linguists, aided now and then by mathematicians and psychologists. In spite of the fact that the results of their thinking proved to be simplistic when applied to highly complex entities, we should not forget the contribution of such scientists as Trubetskoy, Havranek, Mukarovský, Levy, Prohazka, Sapir, Whorf, Loundsbury, Voegelin, Harry Hoijer, Greenberg and Weinreich to the development of Translation Studies.

Role of translators in International Relations and Translation in Contemporary Politics

Translation and interpreting currently play a central, yet frequently unacknowledged role in the wave of mobilizations, popular uprisings, and political transformations to have swept the world in recent years. Both voluntary and professional translators and interpreters have been paramount in the dissemination of information on these processes, either by providing linguistic and logistical support to foreign journalists covering the events (as in the case of 'fixers': [3]), or by raising international awareness to these causes and developments through the means of translation [4]. A variety of journals and collaborative sites – including but not limited to *Open Democracy*, *Rebelión*, *Sin Permiso*, *Le Monde Diplomatique*, *Révolution Permanente*, *Paris-Luttes* or *Traducciones de la Revolución Siria*— have consistently used translation to provide context and coverage.

Furthermore, translational processes have frequently been at play in the construction of these events, as concepts and names associated with specific protests - such as 'Occupy', 'Tahrir' or 'indignados'— have been displaced and relocated across linguistic and national borders. This has influenced the way in which new events are perceived while reinforcing the commonality of the various struggles, e.g., the Turkish hashtag #OccupyGezi, the street sign for 'Tahrir Square' used by protesters at Occupy London [5], or coinages like the 'Indignados de Lisboa' [6] and the Greek *agnaktismenoi* [7].

When translating a text, the interpreter performs the following functions. The main or even the most important function is the analysis of speech units and whole sections of speech of a foreign language. No less important function is selection by the translator of corresponding equivalent units in the target language, as well as construction of speech works in the target language, comparable with the speech works of the source language. It is necessary to specify the importance of translation in international communication of states. In this area, correct translation is a very important element of negotiations and can affect their effectiveness [8].

According to P. A. Tsygankov international relations are connected with the origin of nations, the formation of interstate borders, the formation and change of political regimes, the formation of various social institutions, the enrichment of cultures, the development of art, science, technological progress and effective economy, which in turn closely interact with trade, financial, cultural and other exchanges, interstate unions, diplomatic contacts and military conflicts [9].

Having read this definition, we understand that the sphere of international relations covers a huge number of issues in a wide variety of areas of life, both for an individual and for society as a whole. A simultaneous interpreter must not only take into account the cultures of different countries when translating, but also have an extensive and highly specialized vocabulary. A competent interpreter, who really knows many subtleties and secrets of successful translation, is in great demand. A translator must have a lot of knowledge and be a versatile person, know the language in which the negotiations are conducted, understand the structure of the negotiations, and also how to achieve maximum results from them.

By international relations we mean not only business meetings between representatives of different countries, as well as symposiums devoted to different issues in the field of international relations, but also may refer to commercial and non-profit organizations of different countries that cooperate with each other to achieve their goals. For example, some organizations supply products or goods from other countries, and in these situations the role of simultaneous interpreter will be equally important. Many institutions have international programs that bring together representatives from different countries to share knowledge and invaluable experience in order to improve the quality of education for students in different fields of study. A simultaneous interpreter in these

areas will be able to create a comfortable environment for participants and help them find a common language.

Political discourse in Kazakhstan

Kazakh language specialists, who made a theme relevant, B.A. Ahatova [10] and K.O. Esenova's [11] works that are performed in the Kazakh science are very important. According to K.O. Esenova's abstract of dissertation on doctorate scientific degree 10.02.02 – Kazakh language specialty philology science recess: "In any official publication political issue is widely covered comparing of culture, health care, science, education and sports. Because the whole society life is directly linked with this political atmosphere, entire social and etc. relations are regulated through policy. In connection with this political discourse news are on the main surface of a newspaper daily" [11].

Consequently, according to the opinions above it is proved scientifically that political linguistics of the domestic political science is being researched, also the mutual connection between political sciences is pleased. Therefore, we think both of the sciences will work on researching the language of a policy.

We suggest, political discourse defines the spiritual and ideological view of society, and this is the notion of today's political sciences, which shows the difference between the political point of view and the worldview of a certain time.

Interest in the study of general political texts can be explained by several factors. First, the intra-linguistic needs that have been directed at different historical stages and language systems. Second, political issues and the mutual political nature of political thinking; examples for creating political forecasts, political texts on the mass media and the need to prepare analytical methods of political texts. Third, an attempt to separate political communication from manipulation of public opinion [12].

In Kazakhstan, there is an abundant factor of separate issues of the research topic. First, it is mainly citizens with higher education who understand concepts that refer to the political term in our country. Most people do not understand the concept of political types of information on periodic press surfaces because of ignorance in this direction. Therefore, it is important to identify the political literacy of the population of our country and a significant increase in the literacy rate. Secondly, people living in the huge region of our state are distinguished by their mentality, conversations and values. This makes us perceive political information in different ways. Thirdly, the initial version of public and political information should be prepared for people in Russian, then in Kazakh. As such information flows in English and other world languages, or for example in other official languages of the UN have extensive meanings, and unfortunately the problem concerning translation of terminology into Russian and Kazakh languages understandable for Kazakhs still exists, the solution of which should be consistent.

Laypeople are normally unconscious of the fact that they are reading a text in translation. If they are aware of the fact, it is often because of some explicit reference to mistranslation or translation errors. In such cases, translation is perceived first and foremost as involving a change of language, a process of replacing words and expressions in one language by their corresponding words and expressions in another language. Translation and interpreting as activities have existed for many centuries. There is a long tradition of thought, and an enormous body of opinion about translation has been expressed throughout the centuries. Thus, translation is not simply an act of faithful reproduction but, rather, a deliberate and conscious act of selection, assemblage, structuration and fabrication – and even, in some cases of falsification, refusal of information, counterfeiting, and the creation of secret codes.

Translation also plays a very important political role in international policy making and diplomacy (for example, the signing of bilateral and multilateral contracts, delivering speeches during state visits) and in national policy-making (in particular for officially bilingual or multilingual countries). International organizations, such as the United Nations and the European Union, have their own language and translation policies, and also their own translation departments. In the United Nations Organization, the working languages are English, French, Spanish, Russian, Chinese. In contrast, the UN official languages are English and French. For the European Union, all national languages of the member states are official languages due to the EU's language policy. Where foreign policy of individual states is concerned, translation becomes relevant, for example, for delivering speeches during state visits. Translations of such speeches are made available on government or embassy websites, and are sometimes also published in bulletins or the media. In this way, a government can communicate its political aims and decisions to the outside world. Political aims and decisions of foreign countries are also presented to home governments in translation. For example, the BBC Monitoring Service translates texts into English for the UK government. That is, translation plays a role in both the export and import of political texts.

REFERENCES

1. Bayley, P. Live oratory in the television age: The language of formal speeches // G. Ragazzini, D.R.B.P. Miller eds. Campaign language: Language, image, myth in the U.S. presidential elections 1984. – Bologna: Cooperativa Libraria Universitaria Editrice Bologna, 1985. - P. 77-174.
2. Demyanov, V.Z. Political discourse as subject of politological philology. Political science. Political discourse: History and modern researches. 2002. 3: P. 32-43.
3. Gunter, Joel. 2011. ““Wherever there was news, we went”: Libya’s ‘A-Team’ fixers on getting the story out” Journalism.co.uk, November 17. URL –<https://www.journalism.co.uk/news-features/-wherever-there-was-news-we-went--libya-s-a-team-fixers-on-getting-the-story-out/s5/a546770/>
4. Baker, Mona. 2016. “The Prefigurative Politics of Translation in Place-based Movements of Protest: Subtitling in the Egyptian Revolution”. The Translator 22(1): P. 1-21.
5. Court, Carl. 2011. “A poster with the words Tahrir Square” Getty Images, October 1
6. Baumgarten, Britta. 2013. “Geração à Rasca and beyond: Mobilizations in Portugal after 12 March 2011”. Current Sociology 61(4): 457–473.
7. Douzinas, Costas. 2013. Philosophy and resistance in the crisis. Cambridge: Polity Press.
8. Golubeva-Monatkina N.I. “Gasparov on translation and interpreters” [Electron resource] / Golubeva-Monatkina N.I. // Bulletin of Moscow University. Series 22: Theory of Translation. 2012. №2. - URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/gasparov-o-perevode-i-perevodchikah> (date of address: 22.11.2019).
9. Tsygankov P.A. Theory of International Relations: Textbook / Tsygankov P.A. - M.: Gardariki, 2003.
10. Ahatova, B.A. Political discourse and language consciousness. Almaty, 2006. – P. 302.
11. Esenova, K.O. Pragmatics modern Kazakh media text (on the basis of materials of the Kazakh press): abstract of dissertation on doctorate scientific degree 10.02.02 - Kazakh language specialty philology science. Institute of Linguistics for the name of A. Baitursynov, 2007. – 49 p.
12. Baranov, A.N. Introduction to applied linguistics. M., 2001. – P. 246.
13. The Criterion: An International Journal in English. April 2013, Vol. 4 Issue II.

УДК 81'25

Түлегенова А.М.

Аударма ісі мамандығының студенті

Абылай хан атындағы ҚазХҚжәнеӘТУ

Алматы, Қазақстан

e-mail: ardityan.w@mail.ru

Фылыми жетекшісі: л.ф.м., аға оқытушы Егембердиева З.А.

ЗЕРТТЕУДІН ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ «ФРАЗЕОЛОГИЯЛЫҚ БІРЛІКТЕРДІҢ АУДАРМАЛЫҚ ҚЫНДЫҚТАРЫ»

Мақалада фразеологиялық бірліктерді аудару кезінде пайда болатын қындықтар туралы айтылған . Қазіргі аудармашыларға маңызды болып табылатын фразеологиялық бірліктерді аударудың негізгі әдістері туралы акпаратты қамтиды. Бұл фразеологиялық бірліктердің негіздеріне және олардың шығу тегіне, мағынасына және бір тілден екінші тілге аудару кезінде қалай өзгеруі мүмкін екендігіне қатысты. Сондай-ақ, мақалада фразеологиялық бірліктерді аударудың әртүрлі тәсілдері және олардың «салыстырмалы эквиваленттер көмегімен аударма» сияқты түрлері көтірілген және осы маңызды мәселені талдаған белгілі лингвистер мен аудармашылардың әртүрлі көзқарастары сипатталған.

Кілт сөздер: Аудармашылардың жалған достары, фразеологиялық аналогтар, қазіргі заманғы аударма, абсолютті және салыстырмалы эквиваленттер, түсіндірме аударма.

Tulegenova A.M.,

Student of Translation Studies

Ablai khan KazUIRandWL

Almaty , Kazakhstan

e-mail: ardityan.w@mail.ru

Scientific supervisor: MA, Senior instructor Yegemberdiyeva Z.A

THEORETICAL BASIS OF RESEARCH OF “THE TRANSLATION CHALLENGES OF PHRASEOLOGICAL UNITS”

The article describes the difficulties that arise when translating phraseological units. Contains information on the basic methods of translation of phraseological units, which are important for modern translators. This applies to the basics of phraseological units and their origin, meaning and how they may change when translated from one language to another. The article also describes the different ways of translating phraseological units and their types, such as “translation by

comparative equivalents” and the different views of well-known linguists and translators who have analyzed this important issue.

Key words: False friends of translators, phraseological analogues, modern translation, absolute and relative equivalents, explanatory translation.

According to many prominent specialists, phraseological units are lexical combinations, the meaning of which is determined by the entire expression. A distinctive feature of the phraseological unit is the emotional expressiveness and laconic expression of thought. It should be noted that phraseological units are very often transformed into “standard phrases”. As we know the detection of phraseological units in the text and, of course, the ability to find a worthy translation for them is the most important stage for a translator. To translate a phraseological unit, a translator must use phraseological dictionaries, and the context here plays a very important role in the translation process, so it will be difficult to translate them without knowing the full sentence.

Phraseological units are not modeled according to regular linguistic patterns, they are reproduced ready-made, e.g., to read between the lines, a hard nut to crack. Each phraseological unit represents a word group with a unique combination of components, which make up a single specific meaning. The integral meaning of the phraseological units is not just a combination of literal meanings of the components. The meaning is not distributed between the components and is not reduced to the mere sum of their meanings. Phraseological units are defined as stable word groups with a specialized meaning of the whole. The meaning can be partially or completely transferred. Some features are usually stressed by this definition:

- Stability, the basic quality of all phraseological units. The usage of phraseological units is not subject to free variations, and grammatical structure of phraseological units is also stable to a certain extent, e.g., we say “red tape”, but not “red tapes”. Phraseological meaning may be motivated by the meaning of components, but not confined. Stability makes phraseological units more similar to words, rather than free word combinations. Correct understanding of the units depends on the background information.
- Idiomaticity, the quality of a phraseological unit, when the meaning of the whole is not deducible from the sum of the meanings of the parts.
- Reproducibility is a regular use of phraseological units in speech as single unchangeable collocations.

Currently, the translation of phraseological units is an important topic of modern translation. Therefore, this topic is discussed by translators and is closely related to the fact that the translator must interpret the meaning of the entire expression or group of words, and the translator’s primary task is to choose a meaningful equivalent for an adequate translation of a certain phraseological unit in the translation process. The translator must determine the means of translation and express the connotative and evaluative functions of the whole expression. Phraseologism was precisely defined by A.V. Kunin like : “Phraseological unit is a separable combinability of words with the analyzed meaning and a definite stability at a phraseological level” [1, 8 p.].

Many famous and outstanding translators consider that phraseological units are “translator’s false friends”, which represent some phraseological units of the source text and these phraseological units in whole or in part coincide with the units of the target text and the analyzed phraseological units can create false associations during the translation process due to the reason of their similarity with free collocations. Phraseological units - “translator’s false friends” - have a definite meaning and this meaning can definitely or particularly differ from the meaning of a phraseological unit in the target text.

According to a famous translators V.N. Komissarov, some phraseological units can belong to the “translator’s false friends” due to the fact that analyzed phraseological units have a similar form which makes it difficult to choose an adequate equivalent in the other language.

The most relevant reason is that “translator’s false friends” can be observed either among motivated or opaque phraseological units. For example, phraseological unit “to show the white feather” corresponds to the Kazakh phraseological unit «қорку, үрейлену», and the following phraseological unit “to lead smb. by the nose” should be translated into the Russian language as «вести кого-либо на поводу » [2,14 p.].

Now about the types of phraseological units. With regard to many linguists, phraseological units are word combinations, the meaning of which is defined according to the whole expression but not according to their components or language parts. With relation to notional component binding, phraseological units should be divided into figurative and non-figurative. Non-figurative phraseological units are called as phraseological collocations. Analyzing these phraseological units, we can mention that their language components express their meaning, but these units collocate with definite words and the translator cannot change them for example : «шара қолдану » - «to take measures», « шешім қабылдау » → to make a decision» [3, 74 p.].

Consequently, there is a need in the analysis of some ways of non-figurative phraseological units.

translation, elaborated by a famous translatologist V.S. Slepovich:

- 1) translation of phraseological units can be processed on the basis of existing English collocation: «тәуекелгे бел бүй» – “to take a chance”, «тынығы» - “to have a rest”, «ренжіп қалу» - “to take offence”, «мызығып алу» – “to take a nap”;
- 2) with the help of equivalents (definite and indefinite): «нысанага тигізу» - “to hit the target”, «бір нәрсеге нүктө кою» - “to put an end to smth.”, «читать между строк» - “to read between lines”, «принимать во внимание» - «to take into account», «айрықша көніл болу» - «to make a point», «асығыс шешім қабылдау» - «to jump at conclusions», «күлдірау мен шарықтау» – «ups-and-downs» [3, 76 p.]

The next type of phraseological units is figurative. For this reason, figurative phraseological units are known as idioms. As we know, idiom is a language expression, the meaning of which is not the sum of meanings constituting their components. For example, in the Russian language there are some idioms like: «погнаться за двумя зайцами», «попасть как кур в ощиши», «кишка тонка», «быть баклужи», «семь пятниц на неделе», «кот наплакал», «как зеницу ока», «быть ключом», «попадать впросак», and the translation of the abovementioned idioms into the English language: “to try to kill two birds with one stone”, “not to have the guts”, “to twiddle one’s thumbs”, “rain at seven, fine at eleven”, “as scarce as hen’s teeth”, “like the apple of one’s eye”, “to be in full swing”, “to make a fool of (oneself)”, and “as clean as a whistle”. As a rule, an analyzed expression “to twiddle one’s thumbs” is used in political speeches and newspaper style.

Now let’s move on to the ways of translating phraseological units. It should be pointed out that translation correspondences in the target language are used for the translation of idioms:

- 1) translation with the help of absolute equivalents: «лить крокодиловые слезы» - «to shed crocodile tears», «поделастить пилюлю» - «to sugar the pill», «львинная доля» - «lion’s share», «играть с огнем» – «to play with fire» [2, 154 p.];
- 2) translation with the help of relative equivalents is processed in the case when there are some differences in the meaning of expressions in the source and target languages: «басынан бастау» – «to start business from scratch», «политика кнута и пряника» - «whip-and-carrot policy»;
- 3) translation with the help of phraseological analogues is topical when the translator translates proverbs and vivid expressions: «лучше синица в руке, чем журавль в небе». – «A bird in the hand is worth two in the bush». «куй железо, пока горячо». – «Make hay while the sun shines». «В гостях хорошо, а дома лучше». – «East or West - home is best». «Не мытьем так катањем». - “By hook or by crook.” «Ходить вокруг до около». - «To beat about the bush.» «Ломится в открытую дверь». – “To bark on the moon” [3, 79 p.].

Emotional expressiveness and brevity of though expression are the most distinctive features of phraseological units. Phraseological units are functioning in the newspaper style, notably in the newspaper headlines due to the fact that newspaper headlines are expressive and concise. As a rule, newspaper headlines grab reader’s attention and reflect the author’s attitude towards the events described in the article.

It should be noted that phraseological units are frequently changing into clichés. Therefore, defining phraseological units in the source text and the ability to find a corresponding equivalent during the translation process are the most tangible stages for the translator. However, translator should use phrase- books for the purpose of adequate interpretation and translation of phraseological units and, in addition, the context plays an important role in the translation process.

According to S.S. Kuzmin, interpretation of notional “conflicts” between literal meaning of phraseological unit components and notional elements of the context, which have a “conflict” with literal meaning of phraseological unit components, is the most important stage for the translator’s analysis [2, 209 p.].

According to my opinion, it should be expedient to analyze citations, which are functioning in the newspaper style. As a rule, famous citations are called as “epigrams” in the English language. There are some citations that are functioning in the Russian language they can be either phraseological units or proverbs. There are some examples of citations and a detailed analysis of their translation: «делать что-либо галопом по Европам» – “to make a whistle-stop tour”, «остаться у разбитого корыта» – «to lose on the roundabouts», «to be right back where one started», «be back to square one», «слона – то я приметил » – «to be asleep at the wheel». These citations are translated with the help of translation analogues [4, 210 p.].

It should be mentioned that there are some difficulties when the translator interprets or translates citations using phraseological analogues due to the fact of elaborating and developing «translator’s false friends».

In addition to this, there are some ways of phraseological units’ translation, elaborated by a famous Russian translatologist S.S. Kuzmin:

- 1) translation with the help of a mono equivalent, i.e. translator chooses the English phraseological unit

that image and meaning coincide with the image and meaning of the Russian phraseological unit, for example: «Складывать оружие» - “to lay down one’s arms”, «хитрый как лиса» - “to be as cunning as a fox”;

2) translation with the help of a relative equivalent (or “analogue”), i.e. with the help of the English phraseological unit that image does not coincide with the image of the Russian phraseological unit but presentive and logical meanings coincide. For example, the Russian expression «обвести кого-либо вокруг пальца», that means «обмануть», is rather hard to translate into the English language because the following expressions are existing in the English language: “to twist smb around one’s (little) finger”, “to take smb for a ride”, “to pull smb’s leg”. In order to translate this expression and choose the adequate analogue, the translator analyses the context of the source text because these expressions are different in the meanings in the English language;

3) there are some cases when the Russian phraseological unit has several meanings and a corresponding phraseological unit should be chosen by the translator. Therefore, the translator can interpret the meaning of a phraseological unit from the context and choose the best equivalent, for example: «метать грозы и молний» can have three meanings: «быть очень сердитым» – “be beside oneself with rage”, “be in a diabolical rage”, “to go up into the air”, “to fly off the handle”, «выкриковать проклятие и угрозы» - “to jump down smb’s throat”, “be ranting and raving”, “be raging and fuming” and «совершать эти действия представляется делом напрасным и неразумным» - “to go off the deep end” [5, 234 p.];

4) phraseological units can be translated with the help of metaphor, in the case when it is necessary for the translation process to transfer the image of the Russian phraseological unit: «в тесноте, да не в обиде» - «it’s a bit tight, but all right if we don’t fight», «седина в бровь, бес в ребро» – «a grey beard, but a lusty heart» [2, 234 p.];

5) explicatory translation can be used for the translation of phraseological units; however, expressiveness and positive or negative connotation of the sentence can be lost where a phraseological unit is functioning [2, 235 p.].

Explicatory translation is essential in the case when the translator cannot find either corresponding equivalent, or analogue in the target language but the use of a blue print translation can be the result of so called «literalism». In addition to it, many outstanding linguists and translatalogists consider that the use of explicatory translation can deprive the expression of expressiveness and connotation. It is important to point out that the most tangible aspect for our research is the issue on «translator’s false friends» and due to this fact the explicatory translation helps the translator to avoid their functioning in the target text. There are some examples from the English language: an expression «a skeleton in the cupboard (in the closet)» should be translated in the following way: «семейная тайна», «неприятность, скрываемая от посторонних», because the literal translation of this expression is «скелет в шкафу» and it cannot be interpreted by the Russian readers [6, 241 p.].

Summing up the above, it should be noted that the translation of phraseological units is the most important and rather difficult task for a translator. The reason is that translators must pay attention to the coincidence of the presentation and logical meanings of phraseological units of the source and target languages in the process of translation and the types of contexts in which they function. However, the loss or change in the stylistic or connotative functions of phraseological units can be the result of a misinterpretation of the idiom or the entire expression in the target language. Taking into account some features of the functioning of the phraseological unit and its adequate translation, the translator must correctly interpret and translate this phraseological unit and prevent the functioning and development of “false friends of the translator” (Ivanova, 1999). In conclusion, it should be noted that phraseological units reflect the culture and national mentality of a particular country and nationality; Therefore, the translation of phraseological units is one of the most important tasks of modern translation studies. Moreover, phraseological units are an integral part of any language, and knowledge of these phrases and their adequate interpretation and translation is proof of the correct and adequate translation of the entire expression, fiction and works of art. In this context, it should be summarized that translators must comply with the norms and use of the target language when translating phraseological units.

REFERENCES

1. Kunin, A.V. (1972). The phraseology of modern English. Moscow: Moscow Publishing House.
2. Komissarov, V. N., Koralova, A. L. (1999). Practical Manual on the Translation from English into Russian .
3. Kuzmin, S. S. (2007). Idiomatic Translation from Russian into English (Theory and Practice) .
4. Slepovich, V. S. (2005). Translation Manual (the English and the Russian Languages).
5. Amosova,N.N. (1963). The English phraseology. Leningrad: Higher School Publishers.
6. Vinogradov, V.V. (1977). The main understanding of Russian phraseology as a linguistic discipline.Moscow, Science.
7. Muller, K. V. (2002). New English-Russian Dictionary (p. 880). Moscow: Russian Language.
8. Kuzmin, S. S. (2006). Translators’ Russian-English Phraseological Dictionary (p. 776).

Хайрова Г.,

Бакалавриат КазУМОиМЯ имени Абылай хана,

Специальность «5B020700-Переводческое дело»

Алматы, Казахстан

mail: guka2000@bk.ru

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА ИДИОМ В ЖУРНАЛЬНЫХ СТАТЬЯХ НА ТЕМУ «ПУТЕШЕСТВИЕ»

В статье рассматриваются структурно - семантические особенности идиом и фразеологизмов английского языка в сфере путешествия и способы их перевода на русский язык. Кроме того, в статьях анализируется лингвистико-стилистическое своеобразие туристических текстов разных жанров. На основе выделенных лингвистико-стилистических характеристик раскрываются основные навыки и умения, которыми переводчик должен в совершенстве владеть, чтобы преодолеть трудности перевода туристических текстов и идиом. И, также в данной статье определены основные факторы идиом, влияющие на переводческие решения в области перевода о путешествиях. В данной работе вы можете увидеть проблемы и трудности перевода английских идиом из журнальных статей на тему путешествий.

Ключевые слова: идиомы, туризм, перевод, навыки перевода, переводческое преобразования, лингвостилистические характеристики, интерференция, особенности перевода, статьи из журналов.

Khairova G.,

Undergraduate of Philology and Translation studies of

Ablaikhan KazUIR and WL,

Speciality «5B020700-Translation faculty»

Almaty, Kazakhstan

E-mail: guka2000@bk.ru

CHALLENGES OF TRANSLATING IDIOMS IN THE JOURNAL ARTICLES ON THE TOPIC OF “TRAVELLING”

The article discusses the structural and semantic features of idioms and phraseological units of the English language in the field of tourism and the methods of their translation into Russian. Besides, the articles analyze the linguistic and stylistic originality of tourism texts of different genres. Based on the highlighted linguistic and stylistic characteristics, the main skills and abilities that a translator must perfectly possess in order to overcome the difficulties of translating a tourist text are revealed. This article identifies the main factors of idioms influencing translation decisions in the field of translation about the travelling. At this work, you can see the problems and challenges of translation English idioms from journal articles based on the topic of travelling.

Key words: idioms, tourism, translation, translation skills, translation transformations, linguistic and stylistic characteristics, interference, translation features, journal articles.

Idioms and phraseological units have a special place in the vocabulary of the English language. Understanding, using and translating idioms requires a serious analysis of the structure and content of linguistic units. Idioms and phraseological units are an integral part of the culture of English-speaking countries, so you need to know and understand their structure, semantics and essence in order to comprehend the national mentality of native speakers.

Modern science is characterized by close interaction of scientists from different countries, who publish academic papers in foreign scientific publications. Articles are mainly published in English, so an author writing in Russian needs a translation of a scientific article. The translation process is associated with understanding the specifics of the scientific text, the terminology adopted in a specific area of knowledge. To be able to write this article, you should have a stock of lexical expressions adopted in this area of research.

Currently, interlanguage communication is becoming an urgent need for social life. Tourism is the language of intercultural communication because, it has been the most important form of intercultural contacts, an effective means of mutual enrichment of various cultures. Continuing the well-known expression that world history was the history of peoples, we can say that the history of mankind is the history of travel. It will remain so in the foreseeable future, in which tourism will play a unique role in strengthening the already existing common cultural fund and deepening the spiritual and moral solidarity of mankind.

Cultural contacts have taken place at all times and in all regions of the globe. The interaction between cultures is an integral part and essential component of the cultural and historical process. But only in modern times the process of their qualitative transformation began, their transformation into world ones in the meaning

of global interdependence. Cultural contacts, while continuing to be a stimulus for original national development, have become a factor in the process of world integration, a means of forming a unified system of world ties. One of the most rapidly and successfully developing spheres of human activity is tourism, the success of which, in turn, is a successful intercultural communication. It involves both participants in the tourism business and tourists and residents of the countries visited. Intermediaries in such communication are translators who provide high-quality translation services for this area in the shortest possible time. The effectiveness of advertising that encourages consumers to use travel services, the correctness of paperwork, and the accuracy of information about the place of stay depend on translators. In this work, the main concept under study is a tourist text, which is a diverse stylistic phenomenon. Tourism discourse is primarily aimed at the implementation of an informative goal, for this reason, the study of the texts of the tourism discourse, their specifics and problems of translation into Russian is relevant today, since it is associated with overcoming both linguistic and linguo-cultural barriers. The main goal of the texts of tourism discourse is to acquaint readers with the history of a country, a particular city, etc., with their past and present, sights, culture, geography, in other words, with country information. One of the main means of expressing this regional geographic information is the verbal elements of the texts of tourist discourse, which have national and cultural semantics. These words are words-realia that explicate the socio-cultural dominants of the texts of tourist discourse. Tourism is a sphere of international culturally-mediated communication, which is characterized by the interaction of elements of different institutional genres, the manifestation of socio- and linguocultural features of written and oral communication, which determine the tourist genres with their multifunctionality. The quality of the tourist text directly influences the achievement of success by marketing strategies, as well as the formation of the image of a "foreign" country in the minds of foreigners who want to visit it, and the stereotyping of foreign cultural realities. A tourist text is a kind of "journey" to not only a certain country, but also to the cultural and linguistic space as an "alien" linguistic culture. [1, c 9] The success of this journey is influenced by the level of formed linguistic and cultural, general cultural competence. The relevance of the research topic is due to the need to identify the problems of translation of tourist discourse texts using the example of English travel guides, which can contribute to the success of translation activities and intercultural communication.

What about texts about traveling in journal articles they that provide introductory information for travelers. The phenomenon of texts of tourist discourse, especially travel guides, is determined by their functional diversity, which implies the implementation of the following functions:

- informing;
- advertising;
- entertaining.

Journal articles based on travelling topic, on the one hand, are a kind of informative texts, since their purpose is to convey information about culturally significant objects, places and events as clearly as possible, corresponding to the wishes of potential recipients of these texts. On the other hand, travel texts also have an advertising function, since another of their goals is to attract tourists to visit specific regions. In my opinion, it is extremely important to note that the advertising function can be realized only when the optimal and pragmatic adequate information of the trip is carried out.

The creation of a toponymic space of guidebooks for the names of natural and geographical objects is of great importance, because its role is to create coordinates, indicate the location of a particular geographical object. Mill letters for travelers also serve an entertainment function. So, it is difficult to determine the belonging of tourist texts to a certain type, since they present appellative, expressive and informative components, and the dominant function of a tourist text is determined based on the context. The translation of such texts determines the communicative, discursively conditioned, and textotypological features of the source text and target texts.

In the field of tourism, such genres are widespread as a brochure, booklet, reference book, prospectus, catalogs, traveler's notes, articles, and also guidebooks, which can be attributed to written informative genres, since their main function is to inform potential tourists.

The linguistic and cultural specificity of the journal texts of the tourist discourse is determined, first of all, by the implementation of its pragmatic function, which consists in creating a positive image of a "foreign" country. For this purpose, various linguistic means containing stylistic markings are used. Such means are: epithets, adjectives in the superlative degree, comparisons, metaphor and metonymy, inverse word order, various enumerations, elliptical constructions.

The texts of tourist discourse are characterized by the frequent use of terminology, which is thematically conditioned, as well as the active use of names of realities, which include the names of geographical and social

objects, names of holidays, traditions, regional / national brands. Because language speaks to the intracultural space, creating words that reflects specific elements of internal culture, creates colloquial formulas of a given people, phraseology and everything that reflects the identity of culture, I consider it necessary to reveal the essence of the concept of reality. [2, c 4]. Each culture has such structural elements of the language that are unique to it. Linguistic realities are such structural elements.

Obviously, realities are a rather peculiar and, at the same time, a complex and ambiguous category of the lexical system of the language. Realities are like a special category of expressive means of carriers of national and / or historical color. One of the most basic, differentiating features of reality is its conceptual nature, that is, the close connection of the object, object, phenomenon designated by reality with a nation or country, on the one hand, and the time of its display, on the other. It is well known that in every language there is a certain number of words, which are at first glance common for their vocabulary, but rather difficult to translate. After all, realities are specific words or names of objects of spiritual and material culture, characteristic only of a specific people - society. In other words, realities are definitions of objects, concepts that are typical features of a particular locality, the material sphere of the life of society, socio-historical features of some individuals, nation, country, tribe that represent national, local and historical flavor. For this reason, these words do not have exact correlations in the languages of other peoples. [3, c 13].

A translator specializing in the field of tourism must have a good knowledge of the structural, compositional and linguo-stylistic features of texts of different styles. In the variety of texts serving tourist activities, one can single out texts of such functional styles as official business, scientific and journalistic. Publicistic style is represented by advertising booklets, brochures, advertising materials of travel sites. First of all, the client gets acquainted with the tourist offer through advertising texts. Horner and Swarbrook view the advertising message as a kind of communication act. The main task of the advertiser is to cause certain changes in the perception of the communicant, that is, the client of the tourism business. Therefore, the translator must take into account that when translating, it is necessary, first of all, to preserve the influencing function, which can be defined as a combination of emotive, aesthetic and persuasive functions. All aspects of organization and language design are subordinated to this function. The translator should also consider the importance of the slogan and the compression of information: "Message to Come Twice A Year! New Villages an Instant Success". Recreation of dialogical conversational forms requires special skill: "Summers at Camp Mason - Better than a reality show. Where else can you ... Race across the lake in your team's home made raft? .. Create your own eating utensils - from clay? .. Oh, and did we happen to mention the best parts? Like. Have fun and make friends!". Such texts contain evaluative and expressive vocabulary: "cool place, totally non-boring stuff, great gift ideas". It also contains a large number of proper names: "Mason Outdoor Center, Ken-Etiwa-Pec Outdoor Center, Hardwick, New Jersey, YMCA Camp". The translator must also be careful to recognize parallel and anaphoric constructs that have expressive potential. A great advantage of a translator can be a preliminary specialization in the field of tourism, since the tourism business requires knowledge of the specifics of accommodation, transportation, food and entertainment of tourists. Such specialization can be achieved through familiarization with tourism literature or through the acquisition of translation experience. So, in particular, knowledge about the international classification of hotels by the number of stars allows the translator to choose the correct correspondences for the indicators of hotel services: luxury, premium, deluxe. Knowledge of the room classification allows you to create a glossary of translation correspondences for such units as standard room, handicapped rooms, senior suite, selected villa, etc. The thematic vocabulary of the tourism business can be roughly divided into four groups: customer accommodation (facilities, lobby bar, wellness center, room service), entertainment (activities, diving, shopping, outdoor sports), food (international cuisine, open buffet, world-class gastronomy, specialties, gourmet booking), transport (liner, service bureau, high season, cruise, route end, rout). Knowledge of thematic vocabulary may depend on the type of tourism. So, in particular, when translating texts of ecological tourism, the translator will have to face a large number of words describing the landscape, flora and fauna: "natural outdoor wellness, unspoilt nature, natural wilderness, natural heritage".

The advertising text of the tourism sector often contains a variety of stylistic means that require the translator to be especially sensitive in recognizing and conveying expressiveness, which makes the translation of a tourist text akin to literary translation. First, there are numerous epithets: "unique charm, bewitching beauty, brilliant rest, dazzling white sandy beaches, sun-drenched part of the country, idyllic landscapes".

In addition at this article structurally, the meaning of a phraseological unit is expressed not in one word, but in an obligatory message consisting of at least two components. Thus, the idiom - inherent only in a certain language - is a stable turnover, which expresses a single concept of the journal text.

For the above reasons, idioms are often difficult to understand and translate based on the meaning of their components.

And for example:

in a body - as part of a group

Tourists always traveled in a body.

Tourists have always traveled as part of a group.

off the beaten track / path - not on the beaten track.

3) Experienced backpackers usually prefer traveling off the beaten track.

Experienced hikers generally choose to travel on new routes.

at a good / fast clip - fast

The meaning of some of the other idioms is relatively transparent. Therefore, understanding and translating them is not difficult. However, they are also classified as idioms, since they have a constant form and require learning by heart. For a complete understanding, I will give an example:

- in the distance. An example of an idiom in a sentence: We could see lights of the mountain shelter in the distance.

Some idioms have two or more meanings, one of which is more or less clear, while the other is not so clear.

- travel on something. An example of an idiom in a sentence: Do you like traveling on train?

- travel on something. An example of an idiom in a sentence: I hate traveling on empty stomach.

Most idioms are permanent, so their components cannot be replaced. For example, in the idiom - mile a minute is translated as very fast. Also, it is impossible to replace the indefinite article with a definite one. However, for some idioms, such a replacement is quite possible. For example:

- off the beaten track / path. - away from normal routes.

- steer / stay clear of sth. Example in sentence: You should stay clear of these places. You shouldn't visit these places.

Idioms are very widely used in oral communication and therefore often refer to the informal style. And the following idioms are well suited for example:

- bar crawl - wandering from one bar to another in order to get drunk. Example idiom in a sentence: They were bar crawling until getting drunk.

- rough it - to be on a hike for a short time, having only the simplest shelter (tents) and the most necessary things with you. An example of an idiom in a sentence: If you rough it, you live somewhere like a tent.

Thus, the following characteristic properties of idioms can be distinguished:

1. These are phraseological phrases that are often impossible to understand from the context and translate

2. They usually have a permanent structure

3. They are very common in colloquial speech, often referring to the informal style.

Types of idioms

Idioms can be classified according to their lexical and grammatical structure.

1. Verb idioms:

- take advantage of sth. An example idiom in During their stay at the hotel guests can take advantage of various hotel facilities.

- boast of sth. An example of an idiom in a sentence: Kiev can boast of St. Sofia Cathedral, Kiev-Pechersk Lavra, Golden Gates and many other attractions.

- conduct welcome meeting. Example idiom in a sentence: Holiday rep is usually to conduct welcome meeting with newcomers the next morning after their arrival at the hotel.

2. Prepositional idioms:

- in that case. Example idiom in a sentence: In that case you'll be remunerated all the expenses.

- in charge of. An example of an idiom in a sentence: The receptionist is in charge of checking in new guests.

- in the open air. Example idiom in a sentence: Backpackers stayed in the open air most of the time.

- within walking distance. Example idiom in a sentence: All necessary hotel sports facilities like swimming pool and gym are within walking distance.

3. Nominal idioms:

- display rack. An example idiom in a sentence: Entering the travel agency he started looking through the leaflet on the display rack.

- front desk manager. An example idiom in a sentence: If you have something to ask address the front desk manager.

- place of interest. Example idiom in a sentence: It'll take you several days to see all the places of interest in our city.

- a walk-in hotel. An example of an idiom in a sentence: One can just walk-in and check in at a walk-in hotel [

5. Fixed expressions with two keywords that are connected by the preposition and or the conjunction or.

- food and beverages. Example idiom in a sentence: Food and beverages at the hotel employs chefs and waiters.

- board and lodging. An example of an idiom in a sentence: She prefers quiet board and lodging to luxury hotels.

- take it or leave it. An example of an idiom in a sentence: ‘Take it or leave it,’ the travel agent said to the customer. ‘No more discounts!’

6. Idiomatic phrasal verbs, consisting of a verb and one or more particles.

- stop off. An example of an idiom in a sentence: We stopped off for a night at a tiny mountain village on the way.

- cut back on. An example of an idiom in a sentence: During the desert safari on camels the holiday-makers had to cut back on water as they were short of it. [4]

Thus, most idioms are widely used in both oral and written speech. The problem is that most of the professional idioms in the tourism industry are missing from modern idiom dictionaries. Care should be taken when using them in written texts, as many of them relate to the colloquial style.

Well if to dwell on the difficulties of translation, it is important to consider that difficulty associated with the work of a translator in the tourism sector can be attributed to the intercultural aspect of translation. The translator must have both erudition concerning a foreign language culture and methods of conveying non-equivalent vocabulary. Being strangers, realities can often be difficult for a translator with their form, lexical, phonetic and morphological features, as well as their behavior in the text. The translator's decisions depend, first of all, on how familiar one or another reality is to the recipient, as well as on the role of this unit in the text. So, well-known realities or those that do not have an important semantic load can be conveyed using formal transformations: Alvar Aalto - Alvar Aalto, Satakunta - Satakunta. Such realities can have ready-made matches: Picadilli Circus - Piccadilly Circus, Art Nouvea - Art Nouveau style. In other cases, when the reality is semantically capacious and contextually significant, the translator may need a descriptive translation and a creative approach to conveying such non-equivalent vocabulary: “a prop of Bulgaria is the support of the Bulgarian national spirit, kosolci are special buildings for drying hay and vegetables, White Lady - the ghost of a walled-up girl.”

The richness of the lexical composition of the tourist text determines the need to master translation techniques and correspondences for their quick and adequate transfer in the target language. Although grammatical transformations are not so scientific and methodological electronic journal are often used in translation of tourist texts, they are nevertheless important, since they allow avoiding interference, bringing the grammatical structure of the translated text closer to the grammatical norm of the target language. So, when translating the phrase “we recommend a visit”, it is obvious that it would be correct to use the grammatical replacement of a noun with a verb, since the nominalization characteristic of the English language is not inherent in the Russian language.” we recommend a visit. “When translating the phrase” bronze-colored sand - sand the color of bronze “the grammatical replacement of a participle with a noun is explained by the differences in the derivation of the English and Russian languages.

A similar example of a successful transformation of the syntactic structure is the division of a sentence in the following translation: “Growing up on the remains of a Greek colony, the island of Korcula with streets that have a fish bone pattern is a true urban gem and asides from the traditional knight's game called” Moreska “is most famous today for being the birth place of Marko Polo. [5, c 20]

With summarizing, I need to say that thus, most idioms are widely used in both oral and written speech. The problem is that most of the professional idioms in the tourism industry are missing from modern idiom dictionaries. Care should be taken when using them in written texts, as many of them relate to the colloquial style.

The analysis of the work of a translator in the field of tourism shows that high demands are placed on professional translation and the translator must be able to overcome the difficulties associated with the translation

of these texts. First of all, these are the difficulties of recreating the genre diversity of tourism texts and the peculiarities of the structure and compositional construction of documents, catalogs, brochures, references, contracts and other types of text. Another difficulty in translating tourism texts is to recreate the balance of information content and expressiveness of the text of the tourism sector. In addition, overcoming the difficulties of translating tourist texts is possible if the translator has knowledge of the tourism business, erudition in the field of culture, has excellent knowledge of the language and knows translation techniques. An important tool in overcoming translation difficulties in the tourism sector is the baggage of translation correspondences for terminology, abbreviations, units of measurement and thematic vocabulary, which are quite frequent in such texts. A particular difficulty in translation is presented by expressive means, for the translation of which a good linguistic flair and creative approach are required. A number of grammatical and phraseological difficulties associated with the typology of the English and Russian languages can cause difficulties in choosing adequate grammatical solutions for translation.

Translation in the field of tourism presents a particular difficulty associated with the specifics of conveying information to a wide target audience. The high information content of the tourist text and the practically unlimited availability of such texts on the computer network require the translator to have high translation accuracy and attention to detail. Thus, for a translator of a tourist text to a wide audience, the difficulties of translation are determined by the openness of such texts, while the translation of documents for a limited number of recipients determines such difficulties as adaptation of the text and finding formal correspondences. The focus on the recipient determines the translation decisions while overcoming the various difficulties of translating the tourist text. So, when translating realities, the translator must determine the degree of adaptation of this phenomenon and choose the translation solution that will maximize the transfer of both cognitive and expressive information for a particular recipient.

REFERENCES

1. Ruth Gairns and Stuart. Redman Oxford Word Skills Idioms and Phrasal Verbs -Oxford University Press, 2011. P. 192.
2. Robin Walker and Keith Harding. Oxford English for Career - Oxford University Press, 2007. P. 143.
3. Маккей А., Боттнер М. Т., Гейтс Дж. И. Словарь американских идиом. С.-Пб.: Лань, 1997. С. 458.
4. <http://www.urbandictionary.com/>
5. Napu N. Translating Tourism Promotional Texts: Translation Quality and Its Relationship to the Commissioning Process // The Journal of Intercultural Mediation and Communication Tourism across Cultures. -2016. - Vol. 29. - № 2. - P. 47-61.

УДК 81-26

Shaimerdenova M.,
Undergraduate of Ablaikhan
KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan
E-mail: madinashaimer@gmail.com

SPECIFIC TRANSLATION OF TECHNICAL DOCUMENTATION FROM RUSSIAN TO ENGLISH

In the given article the main features of technical translation in a pair of Russian and English languages are described. The article explains the concept of technical translation, its main methods (manual and automated), and stages. Also, the translation of special terms from Russian to English is analyzed and the reasons of common errors and the ways to avoid them are given.

Key words: technical translation, translation methods, translation stages, special terms, errors in translation

Шаймерденова М.А.,
студентка 4 курса КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «5В020700-Переводческое дело”
Алматы, Казахстан
E-mail: madinashaimer@gmail.com

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ТЕХНИЧЕСКОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ С РУССКОГО НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

В данной статье рассматриваются основные особенности специфики технического перевода в паре русского и английского языков. В статье приводится объяснение понятия технического перевода, его основные методы (как ручные, так и автоматизированные), и стадии. Так же, анализируется перевод специальных терминов с русского на английский язык и приводятся причины ошибок в данном переводе и способы их недопущения.

Ключевые слова: технический перевод, методы перевода, стадии перевода, специальные термины, ошибки в переводе

Развитие научно-технического прогресса наряду с усложнением технической информации привело к высокому спросу и повышению требований к профессиональному техническому переводу. Это говорит о необходимости поиска новых подходов к его изучению. Качественный перевод технической документации берет на себя большую ответственность, так как имеет определенную специфику. Эта специфика заключается в том, что технические тексты создаются для описания определенных технологических процессов, в результате чего неточность, которая может включать в себя перевод данной технической документации, часто приводит к очень плохим последствиям. Поэтому важно, чтобы технический перевод документов как можно точнее передавал смысл оригинала. Перевод даже самой сложной технической литературы должен быть доступен для восприятия и иметь смысловую точность.

Технический перевод - это перевод технической и специализированной документации. Это один из самых сложных видов перевода, который требует особого подхода. Технический перевод не включает в себя никаких эмоциональных высказываний и оценок, поэтому его нельзя назвать свободным. Высококачественный технический перевод требует сохранения стиля оригинала документа. Все научно-технические документы имеют основные черты: ясный и лаконичный характер изложения, строгое соблюдение технической терминологии, четкая логическая последовательность информации, однозначность и конкретность в интерпретации фактов.

Технический перевод требует от переводчика специальных знаний и свободной ориентации в терминах. Это связано с различиями в значении одних и тех же терминов, применяемых в каждой из областей научно-технических знаний. Переводчик должен быть экспертом в области, к которой относится переводимый текст, иметь соответствующее образование или определенный стаж работы в промышленности, так же необходимо свободно оперировать специальной терминологией. Переводчик должен не только хорошо понимать текст, но и точно формулировать его, как того требуют стандарты документов.

Основными характеристиками научно-технических текстов являются: терминология: - базовая; - межотраслевая; - узкоспециализированная; аббревиатуры, которые при переводе должны быть расшифрованы и даны в полном объеме; использование сложных предлогов; использование слов римского происхождения; наличие атрибутивных комплексов; развёрнутые синтаксические структуры.

Принято считать, что технический перевод - это перевод технических текстов. Но понятие «технического» текста не ограничено. Научно-популярный текст может не только описывать технические характеристики, но и затрагивать экономические или политические моменты. Важной особенностью научно-технического прогресса является заимствование специальной терминологии - из одной области знаний в другую. А это означает, что для перевода технической документации, например, по программированию, необходимо одновременно использовать отраслевые и толковые словари для телекоммуникаций, радиоэлектроники, микроэлектроники, машиностроения и др. Не меньшую проблему в процессе технического перевода представляет и новая терминология, в особенности в тех областях, где наблюдается отставание не на одно десятилетие.

Методы перевода можно разделить на автоматизированные и ручные. Большое количество машинных переводчиков стараются применять шаблон (другие инструменты) для технического перевода текстов. Подобный опыт не всегда можно назвать успешным. К услугам электронного переводчика можно обратиться, чтобы решить проблемы перевода конкретного слова, как бы велики ни были словари, невозможно добавить в них все варианты правильного перевода, и в первую очередь это касается технических терминов. Фраза, если для ее понимания не нужен контекст, также может быть адекватно переведена машиной. Могут быть неточности в деталях, очень существенные при техническом переводе документов или инструкций, при переводе которых даже неправильное употребление предлога приведет к искажению смысла исходного текста. Что касается перевода с помощью компьютера, то чаще всего качество полученного перевода оставляет желать лучшего. Неспособность передать ассоциативный ряд и анализировать контекст является одним из главных и практически неизбежных недостатков электронного переводчика. Он дает буквальный перевод, так как не в состоянии определить переносные значения слов или смоделировать подходящий перевод самостоятельно. Как результата - возникают ошибки, в большей или меньшей степени искажающие смысл текста.

Другой метод перевода - смешанный. Сначала текст переводится машинным способом, а затем

очевидные дефекты исправляются вручную и редактируются человеком. Но основная проблема электронного технического перевода заключается даже не в том, что программа в некоторых местах исказяет смысл (это просто можно исправить) - она безнадежно убивает стиль (если таковой имеется), а внутренние ссылки текста занимают время на восстановление вручную.

Метод буквального перевода означает переход с языка оригинала на язык перевода, что рождает идиоматически правильный текст, а переводчик соблюдает только обязательные нормы языка [1, с.201]. Существует два вида такого перевода: прямой и косвенный. Чаще всего послание на иностранном языке прекрасно переводится, поскольку оно основано либо на параллельных категориях, либо на параллельных понятиях. В процессе перевода могут быть пробелы, так же известные как «переводческие дыры», (из-за грамматических или лексических несоответствий), которые должны быть заполнены эквивалентными средствами, гарантирующими идентичность перевода. Но иногда, из-за структурных или лингвистических различий, некоторые стилистические эффекты не могут быть переданы на языке перевода, так как изменяется порядок лексических единиц. В этом случае следует прибегнуть к косвенному переводу [4, с.105].

Перевод представляет собой сложный процесс, состоящий из нескольких тесно связанных и переходных стадий перевода:

Предпереводческий анализ. На данном этапе необходимо прочитать весь текст или, по крайней мере, его часть, чтобы сформировать представление о теме, понять основную идею/общий смысл послания. Так же, предпереводческий анализ помогает определить направленность текста - на какую аудиторию нужно работать, оценить объем и уровень сложности текста - технический текст зачастую включает в себя невербальные элементы по типу диаграмм или таблиц.

Проект перевода. Пояснив общее содержание текста, необходимо провести его семантический анализ. После этого выполняется разметка текста, выявляются сложные термины, грамматические конструкции, лексические повороты, а также англо-американские меры (для пересчета в метрические). Рекомендуется выписать все основные термины в том виде, в каком они встречаются в тексте, на отдельном листе вместе с их английскими эквивалентами и использовать их в процессе перевода [2, с.208]. Затем следует приступить к работе над отдельными предложениями, разделив каждое на элементы и связи, реализовав связи между отдельными словами и группами слов. После установления связей между словами необходимо определить соответствующие значения незнакомых слов в словаре, но не в том порядке, в котором они встречаются в тексте, а в зависимости от функций, которые они выполняют в предложении. Необходимо начать с раскрытия значений основных членов предложения - субъекта и предиката. Это та рамка, вокруг которой группируются другие (пояснительные) слова. Название должно быть переведено после перевода всего текста. Примерный перевод может быть выполнен как в письменной, так и в устной форме.

Рабочий процесс. После выполнения чернового перевода, текст оригинала сравнивается с текстом перевода таким образом, чтобы обеспечить соответствие каждой фразы исходному тексту, единообразие используемой терминологии и логику изложения. Обработанный перевод - это полный, стилистически грамотный перевод, правильно передающий содержание оригинала, в котором допускаются некоторые терминологические и стилистические неточности.

Окончательный перевод. Это последний этап перевода - литературная обработка и научное редактирование. Не глядя на оригинал, полагаясь на правильно раскрытий смысл со всеми его оттенками, необходимо передать все его содержание на английском языке. В этом случае можно менять порядок слов, составлять предложения на простые, и наоборот, простые превращаться в сложные. Такой перевод является полноценным, стилистически грамотным, он правильно передает содержание оригинала и верно использует специальную терминологию.

Терминология относится к словам и фразам, обозначающим конкретные объекты и понятия, используемые специалистами в определенной области науки и техники. Поскольку термины могут использоваться как слова, используемые почти исключительно в рамках этого стиля, так и особые ценности, общие слова. Коэрцитация, клистрон, микросин - трудно укладывающиеся в рамки научных материалов. Пульс, веревка, карман - также имеют известные значения (карман - карман, вентиляционное отверстие) [6, с.121]. В последнем случае невозможно провести четкую грань между терминами и словами повседневного языка (вне контекста). Основная функция любого термина - быть точным, т.е. иметь строго определенное значение, которое может быть решено с помощью логического определения. По тем же причинам он должен быть независимым от контекста. Иными словами, термин должен иметь

точное значение во всех случаях его использования. Но при переводе не всегда данная функция термина сохраняется [3, с.109-111].

Специальные термины по своей структуре делятся на простые (состоящие из одного слова и обычно содержащиеся в терминологических словарях) и сложные (состоящие из двух и более слов). Перевод технических терминов в большинстве случаев осуществляется при помощи таких переводческих трансформаций, как метафорическая модификация, специализация и генерализация. Рассмотрим на примере светотехнической терминологии.

1. Простой термин “чайз” переведен при помощи транслитерации от английского слова «*chase*». Это глагол-существительное в английской технической терминологии обозначает функцию управления светом. Данный термин имеет метонимическую близость с основным значением глагола, обозначающего погоню. Ввиду редкости и специфичности обозначаемой им функции, русский термин проще оставить как “чайз”. Но в данном случае, перевод термина транслитерацией вообще исключает возможность его адаптации на языке перевода и переход термина в другие научно-технические отрасли. Перевод термина описательной конструкцией в данном случае невозможен.

2. Сложный термин “прибор с полным вращением” - “*moving head*” [5]. Конкретно в данном случае переводчик сталкивается со сложным выбором. Данный английский термин образован при помощи персонификации, т.е частично основан на сходстве с человеком. Такой тип прибора действительно напоминает человеческую голову, но буквальный перевод “*движущаяся голова*”, что в целом емко характеризует особенность прибора, не сочетается с характером русского научно-технического текста. В таком случае, перевод осуществляется описательной конструкцией в соответствии со стилистическими нормами русского научно-технического стиля: “прибор с полным вращением”, жертвуя метафорой.

3. “Струбцина”; “хомут”; “крепление” в русском языке обозначают одно емкое английское слово «*clamp*» [5]. Такой разнообразный перевод одного слова свидетельствует об использовании как специализации, так и генерализации значения при переводе. При переводе термина “*clamp*” переводчик должен учитывать, что русские светотехнические термины “хомут” и “струбцина” обозначают два разных типа крепления. Вариант перевода необходимо выявить по контексту, в данном случае переводчику может помочь знание русской специальной технической терминологии. В случае же, когда в английском тексте “*clamp*” обозначает какой-либо другой тип крепления, и его невозможно выявить по контексту, для избегания ошибки можно перевести “*clamp*” более обобщенно: “крепление”.

4. “Регулятор” - *knob* [5]. Данный пример не так однозначен, как кажется на первый взгляд и может выражать различные технические понятия. Следует тщательно изучить технический контекст перед выбором специализированного эквивалента в русском языке. “Knob” обозначает деталь, предназначенную для настройки угла раскрытия луча, в данном случае целесообразно перевести данное существительное как “регулятор”, но не как “кнопка”, так как это будет неверно описывать характер самого прибора или его функцию.

Причинами типичных ошибок являются желание перевести отдельные слова или фразы; нарушение логической связи между частями; неспособность абстрагироваться от конкретных форм слов и неспособность использовать контекст для уточнения их значения. Необходимо отвлечься от конкретных форм слов и научиться использовать контекст для уточнения их значения [1, с.201]. Следует иметь в виду, что старые слова иногда приобретают новые значения. Отдельные слова вне контекста не имеют конкретного значения и поэтому не могут быть переведены. Переводятся не слова, а то, что они выражают.

Во избежание ошибок в переводе следует учитывать следующие моменты: не использовать в переводе сложные конструкции, так как приходится прибегать к пассивным формам глагола, что менее характерно для технического текста, а также грамотно использовать справочную литературу и словари. Такой подход позволяет избежать многочисленных ошибок и максимально точно передать смысл оригинала, создавая не только точный, но и грамотный перевод. Таким образом, речь идет не о том, что переводится, а о том, как и зачем. В первую очередь технический перевод - это перевод, используемый для специальных целей, а именно для обмена специальной информацией, поступающей и воспринимаемой на разных языках.

В заключении, для перевода любой технической литературы существует ряд рекомендаций, которые помогают повысить качество перевода как на этапе фактического перевода, так и на этапе постпереводческого редактирования.

При переводе технических текстов рекомендуется:

Полагаться в большей степени на логику и контекст, а затем и на словарь, поскольку определения в словаре в различных контекстах могут приобретать различные коннотации и оттенки смысла.

Анализировать предложение не только на синтаксическом, но и на логическом уровне, чтобы правильно расставить акценты. Это необходимо для того, чтобы не допустить смещения логических акцентов.

Разбивать длинные предложения. Длинные предложения, содержащие сложные логические связи, затрудняют восприятие и понимание.

Исключить буквальные значения. При переводе инструкций самое главное - сохранить единство терминологии, поэтому замена одного и того же термина синонимами является ошибкой.

Расшифровывать аббревиатуры.

Перевести заголовки последними.

Соблюдать стиль изложения (не допускать накопления пассивных форм глагола, причастий).

Завершать работу собственным редактированием: уточняется смысл, объединяются термины, обнаруживаются пропуски.

ЛИТЕРАТУРА

1. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. Реалии // Мастерство перевода – 1969. – М.: Советский писатель, 1970. - 201 с.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод. – М.: Международные отношения, 1975. - 208 с.
3. Латышев Л.К. Курс перевода: Эквивалентность перевода и способы ее достижения. – М.: 1986. - 109-111 с.
4. Пумпянский А. Л. Введение в практику перевода научной и технической литературы по английскому языку. – М.: 1965, 1981. - 105 с.
5. Goodlight. [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <https://www.goodlight.ru/content/slovar-svetotekhnicheskikh-terminov-glossary/>
6. Пумпянский А.Л. Чтение и перевод английской научно-технической литературы. Лексика и грамматика. М., 1961. - 121с.

УДК 81.25

Шаймұхамбет Аружан

Абылай хан атындағы Қаз XКЖӘТУ

4-курс студенті

Алматы, Қазақстан

ЭКОНОМИКАЛЫҚ МАҚАЛАЛАРДЫ АҒЫЛШЫН ТІЛІНЕҢ ҚАЗАҚ ТІЛІНЕ АУДАРУ ЕРЕКШЕЛІГІ

Бұл мақалада ағылшын тіліндегі экономикалық мәтіндерді ағылшын тіліне аударудың ерекшеліктері қарастырылады, оған жалпы және арнайы терминология мен үйімдардың аттарын аудару кіреді. Экономикалық салада қолданылатын сөздердің мағынасын тереңдету үшін шағын сөздік беріледі.

Кілт сөздер: экономикалық мақалалар, аударма, экономикалық мәтін.

Shaimukhanbet Aruzhan

Kazakh Ablai khan University of International Relations

and World Languages, Kazakhstan, Almaty

Faculty of Translation and Philology,

Translation Studies, 4th year student

SPECIFICS OF TRANSLATION OF ECONOMIC ARTICLES FROM ENGLISH INTO KAZAKH

This article discusses the features of the translation of English-language economic texts in English, which include the translation of common and special terminology and the names of organizations. To deepen the meaning of the words used in the economic industry, a mini dictionary is provided.

Keywords: economic articles, translation, economic text.

The division of people into different peoples, each of whom spoke in their own language, led to the birth and development of international relations. The existence of international contacts in all areas will contribute to the expansion of translation activities in all its forms. Politics, economics, science, culture - all these spheres of human activity, moving to the international level, need linguistic support. In such circumstances, the role of

the translation of economic texts for the acquisition and dissemination of information in the world is extremely important, as well as the work of the translator for the implementation of a similar type of cooperation.

Economic activity has an impact on the lives of all people, regardless of the degree of their involvement in this sphere. When solving economic problems, specialists from all over the country unite their forces, and translators help them to succeed.

For detailed study of the features of the translation of economic texts, it is necessary to determine the text as the object of translation. According to the definition of Halperin, "the text is a sequential cut of written speech, connected in meaning and grammar, possessing genre and stylistic features, logical completion, completeness and precision.".

There are 5 main styles of speech: official-business, journalistic, scientific, artistic and conversational. The appropriateness of the text to one of these styles determines its purpose and tasks, as well as the distinctive drawings that are characteristic of this style of text is already in the language of translation. When translating between two texts, a definite connection is established. By comparing the two texts, it is possible to understand how its form and content changed in the process of translation.

Fedorov offered to consider a translation from two sides. First of all, translation is a process in which the text in the original language is recreated in the language of translation. Second, the translation is the result in the form of a new text in the translation.

Regardless of what style the text belongs to, the purpose of the translation remains the same, which is to be as complete and accurate as possible to convey the information to the reader, which is included in the source text. Successful compliance with this goal depends on the degree of adequacy and equivalence of the translation. These two concepts are often confused, substituting one for another, and used as synonyms. Translation equivalence reflects the relationship of the source text and its translation.

The adequacy of the translation depends on the purpose of the translation, the requirements and conditions of a particular act of interlanguage communication.

The contrast between the concepts of equivalence and adequacy is related to the dual nature of translation. According to the definition of Fedorov AV, translation is a process, and a result. Equivalence considers translation as a result, while time is related to the adequacy of the translation process and its compliance with given communicative conditions.

The translation often does not allow maximum equivalence, that is, there is an absolute complete transmission of the content of the original text. In the process of translation, you have to go to the victim to pass the basic information contained in the original text. Adequate translation contains a certain share of equivalence, but an equivalent translation may not be adequate. The degree of adequacy of translation depends a lot on the translator's ability to translate, that is, the reception of translation, which uses the translator in those cases, when there is a lack of vocabulary support.

In other words, an adequate translation is a translation that faithfully transmits the source information when observing the norm of the target language. Adequate can be and literal translation, that is, it is carried out literally, but does not violate the norm of the target language and does not distort the meaning of the original text.

Translation theory includes several sections. The general theory of translation studies the definite rules of translation, which do not depend on what languages are involved in the process of translation and the texts of which style are used. Private translation theory studies a pair of languages that participate in the translation process. The object of study of the theory of translation is the distinctive drawings of the translation of texts, which belong to different styles.

Sometimes it is necessary for the translator to pay attention to those words, which in economic texts acquire another meaning, as well as the so-called "false friends of the translator."

For example, the word "interest" in the field of economics means "бөлігі", «үлес». And the word «data» is translated into Kazakh as «ақпарат», and not «күн тәрігі».

When translating economic texts, it is possible to meet a huge number of abbreviations and names of organizations. There are several ways to translate the abbreviation:

- Translation of words or phrases that lie on the basis of this abbreviation

For example, GDP (gross domestic product) is translated into Kazakh as ЖІӨ (жалпы ішкі өнім).

Example: *According to the results of January-November 2019, the GDP growth of Kazakhstan amounted to 4.4%. The Minister of National Economy, Ruslan Dalenov, stated this at today's Government sitting, Tengrinews.kz correspondent reports.*

Қазақстанның жалпы ішкі өнімінің өсімі 2019 жылдың қантар-қараша қорытындысы бойынша - 4,4 пайызға тең болды. Бұл туралы ұлттық экономика министрі Руслан Дәленов бүгінгі Үкімет отырысында мәлімдеді, - деп хабарлайды Tengrinews.kz тілшісі.

- Transliteration

For example, Brexit (the first two letters of the word “Britain” and the word “exit”) is translated into Kazakh as “Брексит”.

The example from news portal 24.kz: Сарапшылардың айтуынша, «Брексит» салдарынан барлық әуекомпания Flybmi-дың күйін кешуі мүмкін.

- Use of equivalents in a target language

For example, the G8 is translated into Kazakh as “Улкен сегіздік”.

Example: *In recent years, the G8 leaders have focused on curbing global terrorism, drug trafficking, and man-made disasters and natural disasters.*

Соңғы жылдары Улкен сегіздік басшылары әлемдік лаңқестікті, наркотрафикті ауыздықтауды және техногенді апаттар мен табиғат апаттарына қарсы құресу мәселелеріне назар аударуда.

When translating the names of organizations use the following receptions:

- Transliteration

For example, the name of the bank “Monte dei Paschi di Siena Bank” is translated into Kazakh as “Монтэ дей Паски ди Сиена банк”.

Example: *Initially, Monte de Pasqui di Siena provided low-interest loans to the population.*

Бастапқы уақытта Монте дей Паски ди Сиена компаниясы тұрғындарға аз процентпен қарызыға ақша берген.

- Conditional translation

For example, the name of the organization “World Bank” is translated into Kazakh as “Бүкіләлемдік банкі”.

Example: *The Chairman of the Supreme Court, Zhakyp Asanov, met with the World Bank Project Manager and Senior Public Sector Supervision Officer, Mr. V.Malik, and the World Bank Resident Representative in Kazakhstan, Mr. A.Brown.*

Жоғарғы Сот Тәрағасы Жақып Асанов Бүкіләлемдік Банктің жоба жетекшісі әрі мемлекеттік сектордағы бақсару бойынша аға маманы В.Малик мырзамен және Бүкіләлемдік Банктің Қазақстандағы тұрақты өкілі А.Браун мырзамен кездесті.

When identifying a problem related to the translation of economic texts, the translator should use different economic dictionaries and reference books on economics, as well as consult a specialist in this field. The quality of translation of texts of economic content affects the level of qualification of most translators.

REFERENCES

1. З.Д. Львовская. Современные проблемы перевода. – 2012. – ISBN 978-5-382-00125-8.
2. Новостной портал <https://tengrinews.kz/>
3. Новостной портал <https://24.kz/ru/>
4. www.Multitran.kz
5. www.wikipedia.org

УДК 82.25

Esgalieva A.A.,
Speciality: «5B020700-Translation study»
KazUIRandWL of Ablaikhan
Almaty, Kazakhstan
e-mail: aigerymesgalieva@gmail.com

LINGUOCULTURAL FEATURES OF BUSINESS DISCOURSE TRANSLATION

This article discusses the concept of business discourse, its main characteristics and linguistic features. The article also studies use of translation transformations in the framework of business discourse. Explanations of the reasons for the use of lexical - grammatical transformations in translation as one of the ways to achieve equivalence in translation are given.

Keywords: business discourse, equivalence, translation transformations, lexical and grammatical transformations, English language, Russian language.

Эсгалиева А.А.,
Специальность: «5В020700-Переводческое дело»
КазУМОиМЯ им. Абылай хана
Алматы, Казахстан
e-mail: aigertymesgalieva@gmail.com

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА

В данной статье рассматривается понятие деловой дискурс, его основные характеристики и лингвистические особенности. Также в работе исследуется применение переводческих трансформаций в рамках делового дискурса. Даются объяснения причин использования лексико - грамматических трансформаций при переводе как одного из способов достижения эквивалентности при переводе.

Ключевые слова: деловой дискурс, эквивалентность, переводческие трансформации, лексико-грамматические трансформации, английский язык, русский язык.

В последние десятилетия термин «дискурс» (фр. discourse — речь, рассуждение) получил широкое распространение не только в лингвистической сфере, но и в различных областях науки, связанных с функционированием языка — литературоведении, психолингвистике, социологии, юриспруденции, политологии, антропологии и т. д. В связи с этим на настоящий момент отсутствует единое определение данного понятия, так как широкое использование термина способствовало появлению различных подходов к его дефиниции. С развитием дискурсивного анализа, постепенно занимающим центральное место в лингвистике, интерес к понятию «дискурс» значительно возрос. Наиболее часто с этим термином связывают процесс языковой деятельности.

Как известно, одним из аспектов исследования дискурса является выделение особых его типов. Создание классификации типов дискурса и их дифференцированное рассмотрение позволяет выявить отличительные черты различных текстов и особенности контекстов, описать лингвистические и экстралингвистические характеристики отдельного типа дискурса и т. д. В. И. Карасик выделяет два типа дискурса: личностно-ориентированный (персональный) и статусно-ориентированный. Личностный дискурс подразделяется на бытовой и бытийный. Для первого характерны: диалогичность, нередко скратость, эмоциональность, использование разговорной формы речи и т. д. Бытийный дискурс носит развернутый характер, оперируя разнообразными формами речи на базе литературного языка. В то время как статусно-ориентированный дискурс представляет собой общение, которое может носить как институциональный, так и неинституциональный характер, в зависимости от функционирующих социальных институтов в обществе на определенный момент времени. Участниками институционального общения являются представители общественных институтов и организаций, либо представители определенной социальной группы и, взаимодействующие с ними, частные лица. Таким образом, институциональный дискурс — это общение, ограниченное не только рамками определенного общественного института, но и социально зависимое явление, поэтому количество его видов может, как увеличиваться, так и уменьшаться [1, с. 136–137].

Анализ современных исследований показал, что деловому дискурсу, как одному из наиболее важных типов речевого общения на настоящий момент, наименее свойственен личностный компонент. Как вид институционального типа деловой дискурс обладает следующими особенностями:

- 1) шаблонность;
- 2) клишированность;
- 3) взаимодействие коммуникантов происходит в определенных условиях общения;
- 4) определенная система целей общения, направленных на решение проблем в рамках общественного института, достижение договоренности и оказания речевого воздействия на адресата;
- 5) статусно-ролевые отношения (специфические коммуниканты, например: начальник — подчиненный).

Для решения поставленной задачи участники делового дискурса используют различные способы и средства, без которых достижение поставленной коммуникативной цели и взаимопонимание не предоставляется возможным. Вместе с тем в деловом дискурсе присутствуют характеристики, свойственные как личностному, так и другим видам институционального типа. Представляя основу деловых отношений, данный вид дискурса функционирует в таких сферах как: производство и его финансирование, покупка и продажа услуг и товаров, ремонт товаров, страхование, переговоры по перечисленным видам статусно-ролевых взаимоотношений

Дискурсивные формулы, выражающиеся во фразеологизмах и клише, которые широко используются в текстах. Например: «atshortnotice» (в короткий срок), «toproceedtotheexecution» (принять к исполнению), «charterparty» (договор морской перевозки), «to enter into a contract» (заключить контракт), «final and binding upon both parties» (окончательное и обязательное для обеих сторон) и т. д. Расширение границ деловой коммуникации и постоянное использование деловых контактов способствовало установлению определенных речевых форм, которые функционируют в текстах различных жанров как устного, так и письменного институционального делового дискурса. Одним из таких форм принято считать клише. Их функционирование в текстах делового дискурса служит улучшению взаимопонимания участников коммуникации определенного общественного института.

Также выделяются фразы-клише, обладающие стереотипной формулой с характерной ей устойчивостью лексических единиц. Некоторые из них: «ontheagenda» (на повестке дня), «togetdowntobusiness» (принять к делу), «toanalyzetheplanofaction» (рассмотреть план действий). Исследование Шлёткиной М. М. показывает, что более половины текста данного жанра делового дискурса составляют фразосхемы, и 40 % составили клише. Также при проведении переговоров широко используются следующие фразы, выражающие вежливое отношение к коммуникантам: «coulditbepossible...» (предоставляется ли возможным), «youmightconsider» (вы могли бы рассмотреть) и т. д.

Так как одной из целей текстов делового дискурса является предоставление адресату необходимых данных в кратчайшие сроки, адресанту следует постоянно придерживаться принятых норм, актуализирующихся через определенные концепты, правила институционального общения, формулы, базисные понятия. С этой целью адресант использует терминологию, способствующую упрощению поиска адресатом нужной информации при предварительном ознакомлении, либо для привлечения его внимания к наиболее важной информации. Кроме того, в официальных текстах делового дискурса наблюдается строгое следование сценарному принципу, например: «FromRobertBrown, FactoryManager — To SusanRussel, ProductionManager» (От Роберта Брауна, директора фабрики — Сьюзан Рассел, начальнику производственного отдела). Кроме того, официальные тексты делового дискурса отличаются от текстов других его жанров наличием лексических единиц официального стиля («properhealthandsafe turprocedureswerefollowed» (все процедуры по технике безопасности и гигиене труда на рабочем месте были соблюдены)), использованием канцеляризмов («Wesupporttheideathatempowermentgivesemployeesmotivation» (Мы разделяем мнение о том, что расширение прав и возможностей работников способствует их мотивации)), употреблением полных форм участников делового общения («DearMs. Prichard» (Уважаемая Мисс Причард)), сложной структурной организацией предложений и т. д. Как было сказано ранее, лексический уровень текстов делового дискурса характеризуется широким использованием различных аббревиатур и сокращений. Так, например, в текстах контрактов экономической направленности довольно часто можно встретить следующие сокращения: «L/C — LetterofCredit» (аккредитив), «AP — accountspayable» (кредиторская задолженность), «C/N — consignmentnote» (транспортная накладная) и т. д. В настоящее время также широко распространено использование аббревиатур для обозначения различных организаций и должностей: «PA — PersonalAssistant» (личный секретарь), «CPA — CertifiedPublicAccountant» (дипломированный общественный бухгалтер), «ICC — InternationatChamberofCommerce» (международная торговая палата, МТП) и т. д. С pragmatической точки зрения применение в деловом общении международной лексики нежелательно, так может привести к непониманию или разнотению [2, с. 37–38].

Дискурсивные формулы, использующиеся при устном переводе в рамках делового дискурса. Клише: «to enter into a contact» - заключить контракт; «to analyze the plan of action» - рассмотреть план действий.

Лексические единицы официального стиля: «proper health and safety procedures were followed» - все процедуры по технике безопасности и гигиене труда на рабочем месте были соблюдены.

Канцеляризмы: «we support the idea that empowerment gives employees motivation» - мы разделяем мнение о том, что расширение прав и возможностей работников способствует их мотивации.

Аббревиатуры: «ICC (International Chamber of Commerce)» - МТП (Международная торговая палата); AMEX (American Stock Exchange) – АФБ (Американская фондовая биржа); BIS (Bank for International Settlements) – БМР (Банк международных расчетов).

В процессе устного перевода переводчик использует различные переводческие трансформации с целью придания речи точности и грамотности переводимых фраз.

В науке под термином «переводческая трансформация» понимается это технический прием перевода, состоящий в замене регулярных соответствий нерегулярными (контекстуальными), а также само языковое выражение, получаемое в результате применения такого приема.

Вопрос об определении переводческих трансформаций решается в соответствии с исходными принципами конкретных научных положений. Прежде всего, переводческие трансформации призваны: дать в руки переводчику полную гамму средств, способных выразить данное значение; дать лингвистическое объяснение любому термину и выявить истинное значение фраз; ускорить время устного перевода (особенно синхронного) с целью передачи, как можно большего объема информации; передать объективный и надежный смысл произносимых текстов; сделать переводимую речь более понятной и доступной для человека, нуждающегося в таком переводе; избегать неестественности, неэстетичности некоторых повторов, громоздкости, неясности и нелогичности выражения; и т.д.

В процессе делового общения у переводчика появляется необходимость использовать наиболее активно переводческие трансформации. Разнообразие осуществляемых устных переводов требуют высокого уровня знаний лингвистических особенностей, как русского, так и английского языков. В зависимости от обстоятельств различного рода устный перевод в рамках делового дискурса можно подразделить на следующие подвиды:

- 1) Синхронный перевод – одновременная работа оратора и переводчика. Данный подвид характеризуется умением переводчика слушать речь на одном языке, переводить ее на другой язык и говорить на этом языке, не отставая от темпа речи оратора.
- 2) Последовательный перевод - перевод 2-3 фраз вслед за говорящим.
- 3) Перевод с листа (например, когда стороны заключающие договор просят переводчика уточнить правильность понимания написанного фрагмента текста) – переводчик получает текст для перевода и сразу выполняет перевод без предварительной подготовки.
- 4) Двусторонний перевод – работа переводчика сразу с двумя участниками переговоров/собеседования/тренинга и пр.
- 5) Многосторонний перевод – один переводчик одновременно работает с несколькими участниками встречи.

В соответствии с предложенной В.Н. Комиссаровым классификацией переводческих трансформаций существуют: лексические, грамматические и лексико-грамматические трансформации. Использование тех или иных видов трансформаций обусловлено быстротой воспроизведимой речи и ее синхронным переводом в процессе устного делового общения. Лучше всего с этой задачей справляются лексико-грамматические трансформации, поскольку в ряде случаев их употребление является весьма желательным с точки зрения стилистики (сочетаемости слов), и нередко становится единственным возможным. Основные виды лексико-грамматических трансформаций: антонимический перевод, экспликация (описательный перевод), компенсация. Антонимический перевод – один из приемов адекватной замены, т.е. перевод посредством замены данного понятия его противоположностью; крайний случай логического развития понятия. В наиболее четкой форме антонимический прием перевода выражается в замене явления отрицанием его противоположности. Этот прием является, безусловно, адекватным, так как отражает лингвокультурные различия. К нему особенно часто прибегают опытные переводчики, которые могут работать на уровне языковой интуиции.

I'm not kidding — Я вам серьезно говорю.

Антонимическим может стать целый ряд русских соответствий глаголу *keep off*: не приближаться, не касаться, не подходить. Еще разнообразней ряд антонимических соответствий глаголу *keep out* в сочетании с разными дополнениями: *Shut the window to keep cold air out.* – Закройте окно, чтобы не напустить холода. *Keep foreign goods out.* – Не допускать ввоза иностранных товаров.

В англо-русских переводах рассматриваемая трансформация применяется особенно часто, когда в оригинале употреблены вместе отрицательная форма и слово, имеющее отрицательный префикс: *She is not unworthy of your attention.* – Она вполне заслуживает вашего внимания.

Экспликация (описательный перевод) – прием перевода, который заключается в описании средствами другого языка обозначенного понятия. К этому приему прибегают, если в языке перевода нет соответствующей номинации или она неизвестна переводчику. Этот способ передачи английского сокращения обычно сводится к переводу коррелята сокращения с учетом его микроконтекста. Он используется в тех случаях, когда применение описанных выше методов оказывается затруднительным

или невозможным, что часто имеет место при передаче отсутствующих в словарях сокращений. Описательный перевод должен полностью выявлять техническую сущность коррелята, например: WIDE (Wide-angle Infinity Display Equipment) – предназначенная для наземных тренажеров широкоугольная система предъявления поступающей от ЭВМ визуальной информации о воздушной обстановке.

В случае, когда переводчик не знает сложные термины из различных областей знаний, которые ему мало знакомы или неизвестны (медицина, банковское дело, финансы, техника, право и пр.) можно прибегнуть к методу «коррективной транслитерации», т.е. воспроизведению оригинального термина с поправкой на морфологию и фонетику языка перевода. Это приемлемо, так как большинство терминов имеют в основе латынь, греческий, французский, а сей час чаще английский языки (особенно в области экономики и информатики), где часто употребляются русифицированные английские термины («провайдер», «сайт» и др.), а иногда английские слова в сочетании с русским термином. Примеры: stand-by loan - «кредит «stand-by»» (резервный кредит); jobber – джоббер (спекулянт на бирже, профессиональный биржевик); futures – фьючерсы (сделки по будущим контрактам); to accept – акцептовать (например, вексель), т.е. принять.

Компенсация - это вид переводческой трансформации, при которой элементы смысла, утраченные при переводе единицы исходного языка в оригинале, передаются в тексте перевода каким-либо другим средством, причем необязательно в том же самом месте текста, что и в оригинале. Приведем в качестве примера речь Б. Обама. Обращаясь к народу Эстонии, он подчеркивает ценности, которые так важны для эстонцев: свобода, независимость, любовь к родине.

Оригинал: That dream of freedom endured through centuries of occupation and oppression. It blossomed into independence, only to have it stolen by foreign pacts and secret protocols. It survived the mass deportations that ripped parents from their children... And here in Estonia, it was a dream that found its most eloquent expression in your voices – on a grassy field not far from here, when Estonians found the courage to stand up against an empire and sing «land of my fathers, land that I love».

Вот как перевел переводчик – синхронист данный отрывок: «Мечта о свободе продолжалась, и жила в сердцах людей в тяжелые годы репрессий, и она переродилась в независимость благодаря неустанному труду этого народа. Она пережила и массовые депортации, которые заставляли детей расстаться со своими родителями различными протоколами. Также эта мечта поддерживалась различными поэтами и литературными деятелями для того чтобы культура процветала, и эта мечта не погибала. В Эстонии мечтали об этой свободе, и эта мечта нашла красноречивое выражение в ваших голосах.

В данном варианте синхронного перевода опущена сложная пассивная конструкция «only to have it stolen by foreign pacts and secret protocols». Но в следующем предложении, автор перевода попытался компенсировать опущения, вводя словосочетание «различными протоколами». Цитата из песни также генерализирована: «В Эстонии мечтали об этой свободе, и эта мечта нашла красноречивое выражение в ваших голосах».

Чаще всего, прием компенсации используется с целью передачи диалектической окраски речи, донести смысл внутрилингвистического значения слова, а также в случаях, когда невозможно найти точное соответствие той или иной единице иностранного языка в системе переводимого языка [5].

В настоящее время понятия дискурса и делового дискурса рассматриваются в современные лингвистики с различных позиций. Институциональный деловой дискурс функционирует в условиях статусно-ролевых отношений и реализуется в различных формах делового общения. В ходе исследования мы рассмотрели деловой дискурс как сложное многоуровневое явление, обладающее специфическими параметрами, целями, уникальными лексическими, грамматическими, экстралингвистическими и прагматическими характеристиками. Приведенные примеры наглядно демонстрируют вышеупомянутые особенности, встречающиеся как в устном, так и письменном деловом дискурсе. В результате изучения различных источников мы пришли к выводу, что затронутая нами проблема дискурса рассматривалась достаточно широко, однако многие характеристики и ряд вопросов, связанных с лингвистическими особенностями делового дискурса, остается недостаточно разработанным и изученным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1990. — С. 136–137.
2. Ярмухamedова Ф. М. О лексических особенностях официально-делового стиля: на материале англоязычных контрактов // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. — 2013. — № 196 — т.196. — С.35–42.

3. Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бархударов. – М., Междунар. отношения, 1975. С. 190.
4. Илюшкина М.Ю. Теория перевода: основные понятия и проблемы. Екатеринбург: УрФУ, 2015. С. 50-52.
5. Комиссаров В.Н. Общая теория перевода. М.: ЧеРо, 1999. С. 25.

УДК 651.926

Yakhiya A.,
 Fourth-year student
 Major «5B020700- Translation studies»
 e-mail: akayakh@gmail.com

TRANSLATION PECULIARITIES OF LEGAL TEXTS

The article deals with the features of a legal text, the role of a translator in the field of law, features and some problems of legal translation. This article will help you to look deeper into the role of translation in the legal sphere. The author examines transformations used in the translation of legal texts, the problems that may arise during translation. The translator is fully responsible for his work, therefore it must be performed with high quality, and for that you need to have a lot of knowledge in the field you specialize on. Looking deeper into the field of law leads to the conclusion that translation of legal texts is one of the most difficult types of translation, and the reason for such conclusion is presented in the article below.

Key words: legal text, translation, peculiarities, terminology, documentation, translation transformations.

Яхия А.,
 Студент 4 курса
 Специальность «5B020700- Переводческое дело»
 e-mail: akayakh@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

В статье рассматриваются характерные черты юридического текста, роль переводчика в сфере юриспруденции, особенности и некоторые проблемы юридического перевода. Данная статья поможет углубиться в роль перевода в сфере юриспруденции. Автор рассматривает переводческие трансформации, используемые при переводе юридических текстов, проблемы, которые могут возникнуть при переводе. Переводчик несет полную ответственность за свой перевод, потому он должен быть выполнен качественно, а для того нужно иметь немало знаний в области специализации. Углубление в сферу юриспруденции приводит к выводу, что перевод юридических текстов- один из самых сложных видов перевода, а доказательства тому присутствуют в тексте статьи ниже.

Ключевые слова: юридический текст, перевод, особенности, терминология, документация, переводческие трансформации.

Юридический перевод, думаю, можно считать одним из самых сложных видов перевода. В этой сфере очевидно много терминологии, также большая ответственность лежит на переводчике, ведь документ, который он переводит может стоить кому-то собственности, финансов, а то и свободы. Процесс перевода документов не ограничивается работой одного только переводчика, некоторые документы нужно будет заверить нотариально. То есть работа переводчика в данной сфере сопряжена с работой нотариуса или юриста, в случае если у переводчика нет подобного образования. Вот такая вот нелегкая работа переводить юридическую документацию, уверена в этой сфере есть еще много нюансов. Рассмотрим подробнее сам юридический перевод.

Перевод юридической документации включает в себя: документы, удостоверяющие личность (удостоверение, паспорт, трудовая книжка, свидетельство о рождении), корпоративные документы, сертификаты, протоколы, судебная документация, контрактные документы (соглашения, поправки и т.д.), справки. Таким образом, перевод юридических текстов охватывает различные области юриспруденции. В юридическом переводе чаще других применяются следующие терминологические области:

- международное право,
- морское право,
- налоговое право,
- право собственности,
- страховое право,
- уголовное право,
- корпоративное право.[1, с.4]

В зависимости от типа переводимых юридических документов юридический перевод подразделяется на:

- перевод законов и нормативно-правовых актов и их проектов
- перевод договоров
- перевод юридических заключений и меморандумов
- перевод апостилей и нотариальных свидетельств
- перевод учредительных документов юридических лиц
- перевод доверенностей [2]

Перевод таких документов обладает своей спецификой. Так, например, перевод законов и нормативно-правовых актов требует от переводчика умение свободно цитировать закон и оперировать сложносоставной структурой аргументации насыщенной специальной терминологией. [3]

Для перевода юридических документов переводчик должен владеть не только языком, но и знаниями в этой области. Стиль юридического языка сухой и краткий, предложения чаще сложные, пестрят специальными определениями. Очень часто категории и понятия, которыми пользуются представители юридической сферы, очень сложны, для тех людей, которые не имеют никакого отношения к этой сфере.

В данном виде перевода требуются точные формулировки, никакого двойного значения терминов. Ведь любая ошибка в документах может привезти к серьезным проблемам. Переводчик полностью ответственен за свой перевод. К примеру, в случае участия переводчика на судебном заседании и предоставлении им заведомо неправильного перевода, он понесет уголовную ответственность, предусмотренную статьей 352 УК РК.

Также переводчик должен учитывать различия в правовых системах стран. Оригинальный текст может быть написан по нормативам той страны с соответствующим типом написания и используемых формулировок, а уже переведенный текст должен точно отражать содержание исходного. И переводчику необходимо соблюдать все тонкости и правила правовой системы той страны, на языке которой написан документ.

Переводятся не слова, а смысл выражений оригинала. В переводе судебной документации, я столкнулась с тем, что в английском языке нет понятия «определение суда» или «суд определил», поэтому после поисков, лучшим эквивалентом, по моему мнению, стал перевод «court ruling». Чтобы найти эквивалент мне понадобилось изучить что же такое «определение». Определение – самостоятельный и распространенный вид судебного акта. В нем закрепляются результаты разрешения судом вопросов, возникающих по ходу рассмотрения дела. Судебный акт в форме определения суда выносится тогда, когда дело не разрешается по существу (об оставлении без рассмотрения, прекращении производства, возвращении искового заявления и т.д.).[4] Так вот данный документ чаще является обязательством, которым судья обязывает стороны процесса, такое же значение содержит в себе слово «ruling» (in Cambridge dictionary: an instruction that someone must obey). Наглядно о том, что при переводе документации необходимо изучить ее значение в языке исходного текста и только затем искать эквивалент в языке перевода. Это, опять же, доказывает, что переводчику необходимо быть компетентным в данной сфере, помимо владения языком. Нужно ориентироваться в законах, владеть необходимой лексикой, и знать где уместно использовать терминологию. В юридическом, как и любом другом виде перевода, есть свои тонкости и сложности, невозможно перевести документ, не разобравшись в терминологии языка перевода и в самом значении термина на исходном языке. Важными нюансами юридического перевода делится также Анастасия Инце, судебный юрист, глава компании «Право и слово», на конференции «Контакт» в России. Анастасия выделяет 10 важных моментов, о которых нужно помнить при переводе юридических документов:

1. В юридических текстах нет места изяществу, если мы видим, что в предложении 10 раз одно и тоже, значит переводим 10 раз одно и тоже. Попытка дать синоним- путь к потере юридической точности. Автор привела в пример слово «договор»: если изначально, оно было переведено с английского языка, как «договор», то в последующем переводить также, а не писать синонимы по типу «соглашение, контракт и т.д.».

2. Необходимо ориентироваться на законодательство той страны, на язык которой осуществляется перевод, дабы использовать понятную и подходящую терминологию. Пример Анастасии: не говорится «договор покупки-продажи», потому что есть термин «договор купли-продажи».

3. Переводчику, для того, чтобы подобрать нужное слово, поможет обращение к первоисточнику, в сфере юриспруденции - это нормативные акты. Например, если что-то непонятно из сферы технической, нужно открыть закон из этой сферы, при этом автор уточнил, что не обязательно читать весь документ, можно бегло пройтись и посмотреть формулировку термина, нужного вам.

4. Постарайся понять самому то, что ты переводишь. Иначе смысл текста сразу теряется, и читатели моментально это заметят.

5. Необходимо читать и проверять готовый текст без исходного, чтобы сконцентрироваться. Лучший результат, уверяет Анастасия, «когда не угадывается, что текст является переводным.»

6. Для того, чтобы достичь профессионализма, рано или поздно стоит выбрать сферу специализации для перевода, в данном контексте - в юриспруденцию.

7. Дружить со своими коллегами-переводчиками и с юристами. Грамотный юрист не позволит лингвисту допустить ошибку в юридическом термине.

8. Не нужно бояться клише-канцеляризмов, не стоит переходить на бытовую лексику. Автор приводит пример: «если семейный кодекс предусматривает, что это дочь, не нужно писать дочка»

9. Для того, чтобы не потерять смысл, предложение лучше разбить на смысловые отрезки, дабы сделать перевод понятным.

10. Необходимо сохранять единообразие переведенного термина в тексте в дальнейшем. [5]

Также переводчику стоит, не ленясь, обращаться к первому автору документа в том случае, если что-то в исходном тексте непонятно. Все мы люди, и как сказал писатель Габриэль Лауб: «Мы учимся всю жизнь, не считая десятка лет, проведенных в школе.».

Рассмотрим юридический текст и его особенности. Главные функции юридического текста – познавательная и предписывающая (императивная). В связи с этим он имеет собственные характерные черты. При передаче когнитивной информации текста правового документа главную роль играют юридические термины. Предложения имеют необычное строение, где расщепляется глагольный комплекс или существительное отрывается от глагола.[6, с.26] В юридической речи часто применяют местоименные наречия, например: *hereinafter* -в дальнейшем, *whereas* -в то время как, *thereof* -этого, *hereto* -к этому) [7, с.220]. В.В. Алимов выделяет такие особенности юридических текстов:

1. Документация данного вида полна юридической лексикой, а также терминами, часто не имеющими однозначного эквивалента в русском языке, поэтому переводятся описательно:

deterrence – средство удержания устрашением от совершения преступных действий;
indictment – обвинительный акт.

2. Для юридических документов характерно наличие особых идиоматических выражений и фразеологических словосочетаний, например:

ознакомившись с материалами дела- to familiarize oneself with the case
решение может быть обжаловано- the decision may be appealed

3. Также наличие оборотов официально-канцелярского стиля:

будучи- being
исследовав представленные доказательства- having examined the given evidence

4. В юридических текстах применяются латинские слова и выражения:

absente reo – в отсутствие ответчика
crimen falsi- преступление с элементами мошенничества

5. Наличие сокращений, характерных только для документов и текстов юридической направленности:

ГПК- Гражданский процессуальный кодекс- Civil Procedure Code
ТОО- товарищество с ограниченной ответственностью- limited liability company [8, с. 13].

Помимо перечисленных свойств, юридический текст характеризует практически полное отсутствие пунктуации, использование местоимённых наречий (*hereof, thereof, whereof, etc.*), местоимённых форм (*the same, the said, the aforementioned*), а также употребление так называемых языковых дублетов (*doublets*) и триплетов (*triplets*) – *by and between; full faith and credit; null and void; name, constitute and appoint.*[9] Юридическим текстам не свойственны сокращения и скобки, указательные и личные местоимения, а числительные, как правило, передаются словами. В текстах этой сферы существует повторение одного и того же существительного в фразе, то есть тавтология. Предложения в основном в пассивном залоге, без использования первого и второго лица, что при переводе также вызывает некоторые сложности. В основном документация лишена эмоциональной окраски, если это не жалоба или заявление. В договорах, очевидно заметить, что части текста связаны логически, замечается последовательность изложенного материала, существуют пункты и подпункты. Законы, иные нормативные акты имеют особый, юридический стиль изложения: они должны быть официально и терминологически строги, в них не должно быть художественной красавицы, текст нормативного акта нельзя загружать декларативными положениями, лозунгами, призывами.[10]

Таким образом, любой текст юридической документации содержит такие основные черты, как ясность, лаконичность, информативность, четкое и доступное изложение сути, порой осложненное тавтологией юридических терминов, но куда уж без этого.

Уместно будет рассмотреть трансформации, используемые при переводе юридической документации.

При переводе юридических терминов можно использовать прием описания, то есть объяснение значения слова. Данный случай используется в основном при отсутствии эквивалента в языке перевода. Пример: account – неуплаченное долговое требование.

Также может использоваться прием калькирования: партисипативная процедура- participatory procedure, абандон (отказ страхователя от своих прав на застрахованное судно или груз с получением за это полной страховой суммы[11])- abandon.

При переводе юридического текста с русского на английский язык можно заметить, как опускаются некоторые слова, не влияющие на смысл сказанного. Например, выражение «назначить наказание в виде лишения свободы сроком на пять лет» переводится лаконичной фразой «sentence for five years»; «о чем в книге регистрации актов о заключении брака произведена запись за»- «with registration thereof in the marriage register on».

Возможно еще использование компенсации, используя другие элементы при переводе: «обращаю внимание суда» – «please take into consideration».

В конце желательно проверять свой перевод, прочитав его без оригинала. При составлении договора, например, Павел Мищенко в своей работе «Понятный договор: энергичный текст»[12] дает несколько советов, как сделать текст доступным и лаконичным. Автор приводит пример: «Используя данные, полученные от Заказчика, Исполнителем оказываются услуги по созданию презентации», по словам Павла, что очевидно и нам, в предложении проблема с синтаксисом из-за пассивного залога, «Используя данные, полученные от Заказчика, Исполнитель оказывает услуги по созданию презентации», далее можно убрать отглагольное существительное: «Используя данные, полученные от Заказчика, Исполнитель создает презентации», далее уместно будет перенести грамматическую основу в начало: «Исполнитель создает презентации, используя данные, полученные от Заказчика», уберем обороты и получаем: «Исполнитель создает презентации на основании данных Заказчика». И вот такая памятка от автора получилась по тому, как сделать текст читаемым:

1. Максимально использовать глаголы.
2. Сводить к минимуму деепричастные и причастные обороты.
3. Не злоупотреблять пассивным залогом.
4. Подлежащее и сказуемое- в начало.

Однако, автор поясняет, что стоит избегать обыденной лексики и не упрощать сильно текст, боясь канцеляризмов, которые часто не канцеляризмы вовсе, а язык юристов!

Основные трудности в переводе юридических текстов связаны, как правило, с интерпретацией профессиональной юридической

терминологии. Именно трактовка терминов и стоящих за ними юридических понятий в данной конкретной системе права – камень преткновения начинающих переводчиков. Существующие двуязычные словари юридических терминов не могут решить проблему перевода, так как различные контексты требуют знания того, какой вариант перевода выбрать в каждом конкретном случае. Трудности могут быть преодолены в ходе консультации и даже совместной работы со специалистами права, а также путем обращения к большому объему аутентичных документов, где встречается искомая терминология, для выяснения лингвистического окружения термина и его сочетаемости.

Таким образом, при переводе юридических текстов мы рассмотрели использование таких переводческих трансформаций, как калькирование, описание, опущение, компенсация. Очевидно при переводе никуда и без грамматических трансформаций, например, перестановки: «рассмотрено без участия истцы и признавшего иск ответчика»- «was considered without the participation of the plaintiff and the defendant who admitted the lawsuit». А еще, переводчику всегда нужно помнить- проверяй свой перевод.

Основную трудность в юридическом переводе составляет перевод профессиональной терминологии. Именно термины и их понятия оказывают сложность начинающим переводчикам. Так как имеющиеся двуязычные словари не всегда помогают решить проблему перевода, то приходится включать смекалку и находить эквиваленты самому, естественно это требует изучения большого количества документации, консультаций со специалистами данной сферы для выяснения значения термина и его интерпретации в другом языке. При переводе с русского на английский язык приходится учитывать и то, что данными

языками пользуются правовые системы не одной только страны, а нескольких и у каждой из них есть своя юридическая терминология. Поэтому при переводе юридических терминов между этими языками, необходимо брать во внимание терминологию, используемую во всех правовых системах, использующих эти языки. Часто при переводе одних и тех же терминов используют разные варианты их перевода, что затрудняет восприятие такого перевода человеком, который не знает исходного языка. В пример можно взять перевод конституций Республики Казахстан [13] и Российской Федерации [14] на английский язык. Выражение «общие положения» переведены в первой как «general provisions», в то время как в переводе Конституции РФ - это же выражение переведено как «main provisions». Лет так десять назад, чтобы облегчить жизнь переводчикам, авторы разных статей выдвигали идею создания двуязычных словарей юридических терминов, в которых содержалось бы понятие самого термина и его перевод с учетом правовых реалий различных правовых систем. Так вот, словари-то давно есть, не уверена насчет учета правовых реалий, но двуязычные и юридические - точно. Однако, словарь- это всё же не человеческий мозг, и он не всегда способен дать нужный перевод. Поэтому- импровизация и помошь коллег будет всегда кстати!

Исходя из всего вышеописанного, можно сделать вывод, что перевод в сфере юриспруденции действительно один из самых сложных. Ошибка перевода может стоить больших неприятностей, потому переводчик юридических текстов должен не только владеть языками, но и иметь достаточно знаний в самой сфере юриспруденции. Юридический текст сам по себе сухой, информативный, в нём всё по делу, допускается лишь тавтология некоторых слов в предложении. Тексты русского языка чаще осложнены специальными терминологическими оборотами, в отличие от английского. При переводе стоит обращать внимание на смысл текста, а не сами слова, ведь одна из основных задач переводчика это трансформация смысла текста одного языка на другой. Проблемы вызывают специальные термины, как и в любой другой сфере. И если вдруг в словаре нет подходящего термина, нужно искать эквивалент самому. В этом случае поможет консультация со специалистами в этой сфере, в моем случае ими были судьи и другие работники суда, и конечно изучение большого количества документации также будет полезным, дабы увеличить словарный запас и углубиться в сферу юриспруденции. Разобравшись со значением термина на исходном языке, будет легче переводить его на другой язык. Работа переводчика в любой сфере очень нелегка, но возможна!

ЛИТЕРАТУРА

1. Виды письменного перевода. [Электронный ресурс]: <https://portal.tpu.ru>
2. Юридический перевод. [Электронный ресурс]: http://ru.wikipedia.org/wiki/Юридический_перевод
3. Переводы законов и актов. [Электронный ресурс]: <https://kashira.rusburo.ru/perevodi-zakonov-i-aktov/>
4. Определение суда. [Электронный ресурс]: <http://infozakon.kz/courts/9557-opredelenie-suda>
5. Видео с конференции «Контакт» [Электронный ресурс]: <https://www.youtube.com/watch?v=SJ1f2r2pyDM>
6. Языковые особенности юридических текстов. [Электронный ресурс]: https://pgu.ru/editions/young_science/detail.php?SECTION_ID=3280&ELEMENT_ID=198223%20
7. Комисаров, В. Н. Теория перевода (Лингвистические аспекты). М.: Высшая школа, 1990.
8. Алимов В.В. Юридический перевод: практический курс. М.: Ком Книга, 2005- 160 с.
9. Переводческие трансформации юридического текста.[Электронный ресурс]: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15571729>
10. Специфика юридического языка и терминологии.[Электронный ресурс]: https://studbooks.net/1063639/pravo/spetsifika_yuridicheskogo_yazyka_terminologii
11. Большой юридический словарь.[Электронный ресурс]: https://petroleks.ru/dictionaries/dict_big_law.php
12. Понятный договор: энергичный текст [Электронный ресурс]: <https://www.youtube.com/watch?v=3MfoVUCsgUk>
13. Конституция Республики Казахстан. [Электронный ресурс]: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1017178#activate_doc=2
14. Конституция Российской Федерации. [Электронный ресурс]: <http://www.constitution.ru/en/10003000-01.htm>

2-СЕКЦИЯ РАЗДЕЛ 2 SECTION 2

ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ ЛИНГВИСТИКАНЫҢ ЖӘНЕ ӘДЕБИЕТТАНУДЫҢ КОГНИТИВТІ
ЛИНГВОМӘДЕНИ ЖӘНЕ ПРАГМА-ФУНКЦИОНАЛДЫ АСПЕКТИЛЕРИ

КОГНИТИВНЫЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ И ПРАГМА-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ
СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

COGNITIVE LINGUACULTURAL AND PRAGMATIC-FUNCTIONAL ASPECTS OF CONTEMPORARY
LINGUISTICS AND LITERATURE STUDIES

УДК 81'37

Айдарбек А.Р.,

Абылай хан атындағы ҚазақХҚЖТУ 1 курс студенті

«6B02303 - Шетел филология» мамандығы

Алматы, Қазақстан

e-mail: aidarbekainura@gmail.com

СУГГЕСТИВТІ ЛИНГВИСТИКА ЖӘНЕ ОНЫҢ АДАМ САНАСЫНА ӘСЕРІ

Мақалада сөйлеу әсерін-ұсынысын зерттеуге арналған. Зерттеулер лингвисттер жасаған ұсынушылық ықпал теориясына негізделген. Автор ұсынушы құралдарды талдап, олардың техникасын бөліп көрсетті. Негізгі ережелер заманауи мәтіндер мен шығармалардан мысалдар көлтірілген.

Түйінді сөздер: лингвистиканың жаңа бағыттары; прагматика; ұсынушылық; коммуникациялық стратегиялар; әсер ету.

Айдарбек А.Р.,

Студент 1 курса КазУМОиМЯ имени Абылай хана

Специальность «6B02303-Иностранный язык»

Алматы, Казахстан

e-mail: aidarbekainura@gmail.com

СУГГЕСТИВНАЯ ЛИНГВИСТИКА И ЕЕ ЭФФЕКТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОДСОЗНАНИЕ ЧЕЛОВЕКА

В статье рассматриваются исследования речевого воздействия-внушения. В основе исследования- теория суггестивного воздействия, разрабатываемая лингвистами. Автором проанализированы суггестивные средства и выделены их приемы. Основные положения проиллюстрированы примерами из современных текстов и работ.

Ключевые слова: новые направления лингвистики; прагматика; суггестивность; коммуникативные стратегии; воздействие.

На всех этапах развития общества ученых интересовала проблема разработки техник и стратегий воздействия на человека. До сих пор главным методом манипуляции считался метод воздействия на сознание человека.

Суггестия, или внушение — это течение воздействия на психику человека, который тесно связан со снижением намеренности и критичности при восприятии внушаемого содержания, а также не требующий ни подробного логического анализа или оценки. Наставление осуществляется с целью создания определенных ситуаций или побуждения к конкретным поступкам. В 1866 году, еще в XIX веке термин «суггестия» (от лат. suggestio – намек) был французским врачом по имени Амвросий Август Льебо. Физиологический фундамент этого вызывания и гипноза открыли русские ученые И.П. Павлов и В.М. Бехтерев, выяснив, что суггестия является проявлением простейшего условного рефлекса. Таким образом, было приобретен феномен новое значение суггестия: это способ, который управляет речевым, психическим и соматическим состоянием, базирующийся на восприятии слова как реального стрессора или раздражителя [1].

Суггестивная лингвистика была признана новой областью в языкоznании, а именно, в нашей стране после защиты в 1996 г. докторской диссертации И.Ю. Черепановой, которая также ближе к 1995 году опубликовала монографию «Начала суггестивной лингвистики». По ее словам, данная ориентация рассматривает язык как более явление суггестивное, то, которое обладает коммуникативно-манипулятивной ролью. Более того, суггестивный акт является составляющей коммуникации. Под этим термином понимают определенную предрасположенность подчиняться и изменять поведение не на

основании разумных или же закономерно вытекающих доводов и мотивов, а по одному лишь требованию, предложению, которое произносится внушающим лицом.

Так, читая разные работы ученых, стоит отметить несколько примеров. В своей работе И.Ю.Черепанова «Дом колдуньи» упоминала: «*Сознание делается шире, гибче, утонченней — и бессознательное не мешает этому. Со своей стороны, бессознательное начинает естественнее выходить наружу, окрашивая в волнующие и значительные тона мысли, стремления, мечты — и сознание не пугается этого. Достигнута гармония между двумя сторонами психики: словно два надежных крыла взмахивают содружественно. Это вовсе не „слияние“, а равновесие начал при сохранении автономии каждого. Бессознательное не вывернуто наизнанку перед сознанием — нет! Оно лишь частично подверглось „дренажу“, поскольку так было необходимо для устранения невроза. Но оно для излеченного человека по-прежнему «дом колдуньи», кладовая тайн. Психотерапия заново открыла человеку радость мышления, анализа, страсть поиска истины. Психотерапия увела его от бесплодного самокопания — к жизни, каждому яркому часу которой следует радоваться, как подарку». Вербальная магия — наука и искусство — жива и поныне. Колодуны, экстрасенсы, психотерапевты, модные «нэлтеры» — все они «ключники» бессознательного. И все-таки ближе всех к разгадке тайны «дома колдуньи» стоят лингвисты, филологи — люди, изучающие Тайны языка [2].*

Соглашусь, что на сегодняшний день, мы находимся под большим влиянием рекламы и СМИ, которые будто проникают в нас и наше сознание, управляя им. Я считаю, что вся информация, которую мы воспринимаем каждый день, она в любом случае оказывает большое влияние, но стоит не забывать, что с другой стороны, работа над собой и нашим подсознанием всегда зависит от самого индивидуума. Мы не говорим и не отмечаем, что это плохо, ведь в этом тоже есть доля пользы, потому что наше общество всегда находится в нужде поиска правильных и достоверных источников. Ведь нам всегда нужно получать информацию и развиваться. Следовательно, суггестивная лингвистика находит здесь огромное отражение своего применения. Я думаю, что человек, как развивающаяся и мыслящая личность, всегда должен делать сам выводы и понимать всю осознанность своих действий и процесса. Ведь мы, люди, всегда находимся на пути поиска истины.

Суть внушения состоит в том, насколько сильно это оказывает воздействие на чувства человека, а не на его волю и разум. Предполагается, что это течение зависит от степени ослабления сознательного контроля, осуществляемого по отношению к воспринимаемой информации.

Термин «сознание» не менее многозначно, чем «язык». Сознание всегда направлено на что-то, т.е. оно преднамеренно. Это может быть как общедоступные («реальные»), так и частные (запоминаемые, воображаемые) объекты. Воздействие содержания, воспринятого на основе внушения, отличается навязчивостью: оно с трудом поддается осмыслению и коррекции, став совокупностью внущенных установок. Внушение возможно в форме *гетеросуггестии* (т.е. внушения со стороны) и *аутосуггестии* (самовнушения). Ее можно отметить, как:

- Аутосуггестия— самовнушение.

Например: проговаривание установок, аффирмаций, текстов человеком самому себе. Аутогенная тренировка.

• Гетеросуггестия— воздействие суггестора (тот, кто внушает) на суггиренда (тот, на кого воздействуют).

Разные люди обладают различной степенью внушаемости, субъективной готовностью испытать внушающее воздействие и подчиниться ему. Внушаемость зависит от множества факторов: *неуверенности, тревожности, робости, низкой самооценки, чувства собственной неполноценности, повышенной эмоциональности, впечатлительности, слабости логического анализа*. Согласно объективной психологии, язык определяет сопутствующие сообщению тон, тембр, настрой и жесты говорящего. Прежде чем мы продолжим, важно прояснить, что мы подразумеваем под словом «язык». Некоторые утверждали, что такая специфичность в некоторых частях системы речевой артикуляции - в частности, в верхней прецентральной извилине островковой доли - основывается на данных пациентов. Однако сообщалось о диссоциации между производством речи и производством неречевых оральных движений. Следовательно, нейролингвистическое программирование можно охарактеризовать как поведенческую науку о моделировании совершенства.

Согласно первой точке зрения, мыслить можно было бы, даже если бы у нас не было языка. Согласно последней точке зрения, мысль полностью зависит от языка и неотличима от него. Здесь мы утверждаем, что данные когнитивной нейробиологии человека дают четкий и ясный ответ на этот извечный вопрос

о взаимосвязи между мышлением и языком. С другой стороны, интуиция и данные свидетельствуют о том, что человеческое мышление включает в себя множество когнитивных способностей, которые отсутствуют у животных (в чем-либо подобном их человеческому облику), от арифметики до музыки и способности делать выводы о том, что думает другой человек.

Суггестия – это внушение или, другими словами, возможность навязывать кому-то другому человеку любые действия, в том числе, противоречащие его установкам. Суггестивное направление языкоznания впервые в истории науки не только описала способы суггестивного влияния на подсознание личности и массовое сознание, а также создала специальный метод вербальной мифологизации (ВМ) для направленного осуществления такого рода воздействия. Неповторимость данного направления заключается в том, что, в отличие от психолингвистики, лингвистической pragmatики и других вариантов теоретических исследований, суггестивная лингвистика изначально была направлена на выявление реакций подсознания на самые древние пласти языка – звуко-ритмические. Это дает основание использовать программу как «Детектор правды». Слова имеют несколько уровней воздействия:

- Первый уровень – информационное, логическое, когда слово означает предмет, понятие.

- Второй уровень воздействия – эмоциональный, например: стихи могут передавать особое состояние души, эмоцию при малой информационной насыщенности.

- Третий уровень воздействия слова через сами звуки, через их ритм.

Главным хранилищем памяти является подсознание, которое может содержать от 70 до 90 процентов информации, или всех знаний. Отсюда становится ясно, что интерес в последние годы ученых к разработке техник и стратегий манипуляции сознанием через воздействие на подсознание. Человек будто “запограммирован” на выполнение определенного задания, которое выполняет “по команде”,

Даже сам не осознавая этого. В работах отечественных физиологов экспериментально доказано наличие у человека двух уровней восприятия *-сенсорного и субсенсорного*.

Ведь, аналогично, когда нам радостно, нас сопутствует успех, то мы нуждаемся в чьем-либо одобрении или же есть потребность поделиться радостью. И очень часто слова утешения или подбадривания оказывают исцеляющее воздействие, которые подсказывают выход из затруднительного положения, помогают и вдохновляют нас. Именно слова, а не их смысл [3].

Если раньше направление внушения использовалось совместно с гипнозом, то сегодня стоит заметить, что многие эти методы не требуют введения объекта внушения в состояние транса. По этой причине внушение активно применяется в *политике, средствах массовой информации, маркетинге и рекламе*. Проводя некоторые опыты, я сталкивалась с тем, что все-таки большое количество людей находится под влиянием всего процесса и сами не замечают этого. Спустя какое-то время они понимают, насколько это эффективно и неосознанно.

Здесь, не стоит забывать о понятиях «понимать» и «осознавать». Поэтому, мы должны всегда полагаться на наш разум и стараться избегать этой дилеммы.

Легко поддаются влиянию дети, молодежь, люди с низким уровнем развития интеллекта, люди, страдающие умственными расстройствами или находящиеся в измененном состоянии сознания, а также массы. В экспериментальной и популярной психологии суггестия служит приемом для изменения эмоционального состояния, мотивации и установок личности, а также в качестве педагогического процесса, направленного на выявление скрытых склонностей и способностей индивидуума.

Сегодня суггесторы решают широкий круг задач – начиная от индивидуальной и групповой психотерапии, являющие более популярными на сегодняшний день такие как: аффирмации, которые можно назвать проявлениями аутосуггестии, называемой в психотерапии аутотренингом. Именно звуки, а не слова, были первым инструментом речевого воздействия [4].

С.Г.Кара-Мурза в книге “Манипуляция сознанием” приводит следующий пример. В области радиовещания велись исследования того, как влияет на подсознание слушателей пол диктора, тональность и тембр голоса, темп речи. Эти параметры стали подбираться в зависимости от того, в каком направлении необходимо произвести манипуляцию при том или ином сообщении. Все вышеперечисленные техники довольно эффективно используются сегодня в разных сферах нашей жизни – в рекламе, в политической сфере, в сфере масс медиа, в психотерапии, в судебной коммуникации [5].

Также очевидным является тот факт, что суггестивная лингвистика очень тесно связана с социолингвистикой, поскольку на формирование суггестивных стратегий большое влияние оказывают социальные факторы – пол и социальный статус суггесторов и суггиров, образование и т.д.

Не стоит забывать те качества, которыми должен обладать суггестор, для того чтобы эффективно влиять и внушать:

- сильная воля;
- концентрация;
- уверенность в себе;
- владение приемами саморегуляции;
- центрированный взгляд;
- обаяние, харизма;
- интеллектуальное превосходство;
- тон, тембр, ритм речи, настроенные определенным образом.

Мне кажется, все эти качества очень важны для человека, как человека в развитии и его становлении. Но стоит помнить, в каком направлении, применяя все это, каждый из нас использует. Потому что это выявляется, как в отражении для воздействия людьми и наоборот, для помощи в цели их взаимодействия общества и развития.

Ниже, будут рассмотрены несколько примеров применения суггестивной лингвистики в разных сферах деятельности человека.

Например: Нынешний наставник нуждается в умениях профессионально грамотного воздействия на индивидуальность ребенка в ходе взращивания способностей воспитания, а также выдвигает на первый план проблемы профессионального совершенствования учителя, овладения им педагогическими технологиями, которые помогают оптимизировать воспитательный процесс. Одной из инвариантных характеристик воспитательной деятельности современного педагога является суггестивность — способность воздействовать на эмоциональную сферу ребенка. В связи с этим большой акцент делается на явление так называемое, как суггестия, в особенности к ее преподавательскому аспекту, как наименее разработанному и внедренному в практику.

Следующий пример: В рекламах для более конкретного воздействия над нами чаще всего употребляют слова, имеющие благозвучие. Для этого используют:

- Конкретность
- Воздействие звукосочетаниями
- Указание конкретных, образных качеств
- Речевая динамика
- Мимика или жестикуляция.

Главная задача продвижения — заинтересовать потребителя и подтолкнуть к приобретению рекламируемого товара. И, как правило, достижение цели: формирует у покупателя стойкое желание приобрести рекламируемый товар. Поэтому, основной целью рекламы становятся эмоции, таящиеся в подсознании человека. И ведь понятно, что причина проста: во-первых, человек этих эмоций часто не осознает, и таким образом, влияние рекламы становится скрытым для «глаза» покупателя. Своего рода пиар стал неотъемлемой частью повседневной жизни, встретив ее где угодно: на телевидении, на радио, в интернете, в газетах и журналах [6].

Внушение (суггестия) является на протяжении многих десятилетий объектом изучения отечественных и зарубежных психологов (В.М.Бехтерев, В.В.Вундт, К.И.Платонов, Б.Сидис и др.). Это одно из таких современных направлений в лингвистике, которое все больше интересует ученых своими вопросами и в нахождении пути решений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вандриес Ж. Язык // Воронин С.В. Фоносемантические идеи в зарубежном языкоznании. – Л.: изд-во ЛГУ, 1990.– С.146–153
2. Черепанова И.Ю. Дом колдуны. Начала суггестивной лингвистики. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1995.
3. Кастанеда К. Учение Дона Хуана. Отдельная реальность. Путешествие в Исктлан. – СПб: “София”, 1993. – 632 с
4. Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история. М.: Наука, 1979. [Электронный ресурс] // URL: http://aleksandr-kommari.narod.ru/Porshnev_Sotsialnaya_psichologiya_i_istoriya.htm (дата обращения: 04.05.2017).
5. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. // <http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul1.htm>.
6. Попова, А. В. Влияние рекламы на психику современного человека / А. В. Попова, Н. В. Бородачева. — Текст : непосредственный // Юный ученый. — 2019. — № 3.1 (23.1). — С. 80-81. — URL: <https://moluch.ru/young/archive/23/1458/> (дата обращения: 24.01.2021).

УДК

Амандық Г.

КазУМОиМЯ имени Абылай хана

«Иностранный филологию»

Алматы, Казахстан

e-mail: amandykgto@gmail.com

КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА

Проблемы рекламного дискурса в последние годы по праву стали объектом значительного количества лингвистических исследований в области функциональной лингвистики, pragmatики, риторики и стилистики.

Ключевые слова: дискурс, рекламный дискурс, pragmatика, функциональная лингвистика.

Amandyk G. O.

KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan

e-mail: amandykgto@gmail.com

COGNITIVE ASPECT OF ADVERTISING DISCOURSE

The problems of advertising discourse over the past years have rightly become the object of a significant number of linguistic studies in the field of functional linguistics, pragmatics, rhetoric and stylistics.

Key words: discourse, advertising discourse, pragmatics, functional linguistics

Advertising communication in modern society, as a rule, is one-sided due to its purely specific features, is one of the most common areas of mass verbal interaction. Advertising is an actively developing branch of the industry, and the product of its activity, which is aimed at providing the potential addressee of oral or written advertising text with information about goods or services in order to popularize them. There is an objective need for detailed understanding functional features of the advertising discourse, the corpus used in it contains linguistic means of providing a pragmatic impact on the emotional and volitional sphere of consumers, determining the appropriate communicative norms and the boundaries of a possible, permissible deviation from them in order to create a special rhetorical manipulative effect. In this article we will try to figure out what advertising discourse is with point of view of modern linguistics.

The term advertising derives from the Medieval Latin verb *advertere*, “to direct one’s attention to” a product or service by means of some public announcement (oral or written). Since its origins in antiquity, the craft of advertising has constituted a form of discourse—a way of presenting something in a socially appropriate way, so as to persuade people to purchase it in the same way that effective orators attempt to convince audiences to accept their messages and act upon them. Since the middle part of the 19th century, this kind of discourse strategy has become widespread, venturing into domains of unconscious thought that only philosophical and religious discourse was capable of entering in previous eras. Given its effectiveness, it is little wonder that it has been used not only for brand advertising, but also as a vehicle to promote social issues and causes and as a central strategy in political campaigning. Moreover, advertising discourse utilizes technology to strengthen its persuasive appeal. Today, in an age of computers, this discourse is supported by multimodal and multimedial techniques, that is, by technologies that allow advertisers to blend various modes of presentation (visual, aesthetic, and narrative) with different media (text, audio, visual). It can be characterized as a language of sound, sight, and sense that taps into unconscious meanings that resonate with people. The study of advertising as a persuasive social discourse has been approached from many disciplinary angles, including semiotics, linguistics, sociology, psychology, and anthropology. Discussions of its effects on the individual psyche and on social evolution go back to the 1920s, when modern advertising, in the form of print and in radio commercials, became a widespread phenomenon accessible to all people, because it was based on a simple, yet emotionally powerful, language. Specialized studies of advertising discourse started appearing shortly thereafter focusing on the rhetorical structures in advertising texts and on how advertising was influencing society, beliefs, morals, ethics, and worldviews. Many approaches also emerged to connect advertising to corporate capitalism, claiming that only in a world where commodities are presented as objects of desire, rather than just of necessity, so that a “bottom line” can be kept in the black, is it possible to instill a kind of consumerist discourse that makes sense to all kinds of people.

In order to better understand the essence of advertising communication, let us turn to the concept of advertising discourse. Today in the scientific literature one can find many different definitions of discourse, which is explained by the ambiguity of the term itself and the variety of approaches to its study. On the one

hand, discourse is interpreted quite broadly as complex interrelation of several texts functioning within the same communicative sphere. So, N.N. Mironova defines discourse as an integral unit of information conditioned by linguistic and extralinguistic parameters and representing a set of texts with similar principles of construction, that is, the same pragmatic parameters. In this interpretation, the concept of discourse approaches the concept of genre.

The basis of advertising style is rhetoric. Advertisers use many sophisticated rhetorical techniques to construct their discourse genres. Like poetry, advertising discourse is intended to suggest meanings through allusion, metaphor, irony, analogy, humor, and the like. In fundamental ways advertising language is implanted in what Lakoff and Johnson (1980) call *conceptual metaphors*, which is a contemporary term for rhetorical style as part of cognition and thus of various modes, not just language. In a television commercial for Miller beer a few years ago, broadcast during sports events, the tagline *Love is a game* was used effectively. It linked love-making to an implicit social script, involving rules, plays, winning, losing, and so on. Each suggested linkage is tied to a general concept, or overarching unconscious metaphorical formula: *Love is a game*, which was stated explicitly in the tagline of the commercial. Lakoff and Johnson call the generic topic of such a formula (*love*) the *target domain* and the generic metaphorical vehicle used (*game*) the *source domain*. The actual instantiations of a conceptual metaphor are known, more specifically, as linguistic metaphors. So, utterances such as "She didn't play by the rules" and "He lost her love" are specific linguistic metaphors linked to the conceptual metaphor *Love is a game*. The latter is a deeply embedded concept in society at large. So we can win or lose at love, and we can play the game as we want. In other words love is a rhetorical construct that reflects social interpretations of it (in this case as a game). Many taglines and slogans are really conceptual metaphors linking the product to social mind-sets.

Conceptual metaphors and other rhetorical techniques are at the core of advertising discourse. Many brand names are direct metaphors. At a practical level, naming a product has an indexical function, that is, it allows consumers to identify what product they desire to purchase (or not). Consider the name given to high fashion items, such as *Armani* shoes. The name allows us to identify the shoes, should we desire to buy them. However, this is not all it does. The use of the manufacturer's name, rather than some invented name or expression, assigns an aura of artistry, craftsmanship, and superior quality to the product. The shoes can thus be perceived to be, metaphorically, the "work" of an artist (the manufacturer). Designer names such as *Armani*, *Gucci*, and *Calvin Klein* evoke thus images of *objets d'art*, rather than images of mere clothes, shoes, or jewelry; so too do names such as *Ferrari*, *Lamborghini*, and *Maserati* in the domain of automobiles. The manufacturer's name, in such cases, extends the indexical meaning of the product considerably. This extensional process is metaphorical, encapsulated in the formula *shoes are works of art*. The language (brand name, slogan, tagline, and so on) created to ensconce product image into the social mind-set is a de facto metaphorical one. When people buy an *Armani* or a *Gucci* product, for instance, they feel that they are buying a painting, a sculpture, a work of art to be displayed on the body; when they buy *Poison*, by *Christian Dior*, they sense that they are buying a dangerous, but alluring, love potion; when they buy *Moondrops*, *Natural Wonder*, *Rainflower*, *Sunsilk*, or *Skin Dew* cosmetics they might feel that they are acquiring some of nature's beauty resources; and when they buy *Eterna 27*, *Clinique*, *Endocil*, or *Equalia* beauty products they might sense that they are getting products imbued with scientific validity. No-name products do not engender such systems of connotations. In some ways, rhetorical discourse is a linguistic translation of visual images connected to a product or service. In the late medieval period, trades people and guild members posted characteristic signs outside their shops, leading to the notion of trademark. Medieval swords and ancient Chinese pottery, for instance, were advertised with identifiable symbols so buyers could trace their origin and determine their quality. Among the best known trademarks surviving from early modern times are the striped pole of the barbershop and the three-ball sign of the pawnbroker. Names were first used toward the end of the 19th century when many US firms began to market packaged goods under brand names. Previously, everyday household products were sold in neighborhood stores from large bulk containers. Around 1880, soap and toothpaste manufacturers started naming their products so that they could be identified. The concept of trademark remained, evolving into the logo. The first modern-day brand names and accompanying logos (visual signs standing for the brands) were thus invented. They included: *Ivory*, *Pears*, *Sapolio*, *Colgate*, *Kirk's American Family*, and *Packer's*. Soon afterward, other manufacturers jumped onto the bandwagon, adding names such as *Royal Baking Powder*, *Quaker Oats*, *Baker's Chocolate*, *Hire's Root Beer*, *Regal Shoes*, *Waterman's Pens*, *Bon Ami*, *Wrigley*, and *Coca-Cola* to the growing list of products that were being identified with brand names and thus created with rhetorical or allusive properties. Like miniature poems, many brand names stimulate our imagination, impelling us to glean

sense from the mental images they evoke. This “sense-producing” power of rhetorical language is the reason why we use it to make commentaries on all aspects of human life, and it is thus the reason why it informs the folk wisdom of a culture and certainly why it is prevalent in advertising. By coining brand names as conceptual metaphors, onomatopoeic forms, and the like, manufacturers and marketers are fine-tuning their message effectively. Sometimes the rhetorical form is not written or spoken, it is simply implied, as an advertisement for *Lacoste* clothes showed a few years back, rendering visually the metaphor of floating on air to connect the soaring feeling of wearing the light and spiffy clothes to the product. Other major rhetorical strategies used in advertising include metonymy and irony. These are connected to the product’s function and social perception. Clearly, an ironic brand name or tagline for a *Chanel* perfume product would not work; whereas one for *Budweiser* beer would be more effective. This became obvious in the *Budweiser* advertisement campaigns of the early 2000s, when the beer company changed its image to keep in step with the changing cultural climate (Danesi, 2006). Its new approach consisted in putting on male-directed skits; the kinds of skits that young urban males presumably enjoyed. The strategy worked beyond the company’s expectation. In early 2000, for example, one of the *Budweiser* commercials showed the movie dog Rex chasing an imaginary *Budweiser* beer truck, leaping blindly over a hedge, and plunging face first into a van producing a comical effect. In 2001, a commercial showed Cedric the Entertainer’s dream date go awry when his shaken-up bottles of *Budweiser Light* spew on his date. The commercial was, clearly, imitative of the nerdy humor of the sitcoms and movies of the time. In 2002, a *Budweiser* advertisement shows a wife luring her husband to a bedroom with the promise of a *Budweiser Light*. He dives for the beer and slides out of the window on their satin sheets. In 2004, another advertisement shows a yuppie’s pedigreed pooch fetching him a *Budweiser Light* and biting his crotch to get some of it—a skit that was reminiscent of the kind of humor found in sitcoms like *South Park*. *Budweiser*’s most successful humorous campaign was its “Whassup?” one. It was so appealing, in fact, that its signature catch phrase was joked about on talk shows, parodied on websites, mimicked in other media, and used by people commonly in conversations. The makers of *Budweiser* had clearly tapped into social changes and trends. The campaign showed how indistinguishable advertising and pop culture had become. Rhetorical meaning is implicit even in “silent advertisements,” in the sense that the only words in them are the brand names themselves; thus the metaphor is implied, not articulated. For example, an advertising campaign for *Gucci* purses (early 21st century) showed the presence of snakes entwined around the products, but no tagline to accompany them. The Garden of Eden metaphor was unmistakable, even though there was no language to explicate it. Some other features and strategies of advertising style that bring out its rhetorical nature include the following.

- *Jingles and slogans*. These have the effect of reinforcing the recognition of a brand name, since they tend quickly to make their way into communal memory: *I’m lovin’ it*; *Join the Pepsi Generation*; etc.
- *Use of the imperative form*. This creates the effect of advice coming from an unseen authoritative source or from some natural biological impulse: *Just do it*; *Trust your senses*; etc.
- *Formulae*. These create the effect of making meaningless statements sound truthful: *Triumph has a bra for the way you are*; *A Volkswagen is a Volkswagen*; etc.
- *Alliteration*. The repetition of sounds increases the likelihood that a brand name will be remembered: *The superfree sensation* (alliteration of s); *Guinness is good for you*; (alliteration of g); etc.
- *Absence of language*. Some advertisements strategically avoid the use of any language whatsoever, suggesting, by implication, that the product speaks for itself.
- *Intentional omission*. This technique is based on the fact that secrets grab our attention: *Don’t tell your friends about ... ; Do you know what she’s wearing?*; etc.

Creating characters on purpose to enhance product recognition—for example, *Speedy* (*Alka-Seltzer*), *Ronald McDonald* (*McDonald’s*), *Tony the Tiger* (*Esso*), and so on—or by having the product endorsed by famous people—actors, sports figures—is also part of rhetorical strategy. These are visual metaphors for the product. Finally, it is relevant to note that the discourse style of advertisements and commercials matches the meaning and function of a product. So, it is informal and colloquial for products such as *Budweiser*, but elegant and refined for high-class products such as a *BMW* automobile or a *Chanel* perfume. For many cosmetic items it is often sultry and seductive. Advertising thus borrows discourse styles to suit its purposes: a commercial can take the form of an interview; a testimonial on the part of a celebrity; an official format (*Name*: Mary; *Age*: 15; *Problem*: acne); and so on. In effect, advertising discourse is a blended discourse, adopting and adapting relevant social discourses or trends for its own marketing purposes. Each product adopts a style of its own that is as recognizable as any discourse style. There is thus a “*McDonald’s* form of discourse,” a “*Chanel* discourse style,” and so on. Each one is marked by a register (formal or informal) and rhetorical mode (humorous, serious, and

so on). In this sense, advertising discourse and socioideological structure are one and the same. The ideology behind perfumes is different from that behind hamburgers and it shows up in the rhetorical structure of the related advertising discourse.

Ever since the appearance of Vance Packard's widely read *The Hidden Persuaders* (1957), which was a strong indictment of advertising discourse as a surreptitious form of brainwashing, the entire advertising industry has been under constant attack. To counteract the "branding of society," as it is often called, a movement consisting of antiadvertising activists called culture jammers (Lasn, 2000) has gained considerable momentum since the early 2000s.

It is now estimated that the average person is exposed to between 254 and 5,000 commercial messages each day. For this reason, the call for even more strict regulation will increase, given the ability of advertisers to adapt to new media: "The cumulative effect of the new and increasingly savvy ways that advertisers will reach billions of global consumers is bound to amplify calls for a curb on the prevalence of visual and mental pollution" (Lenderman, 2009, p. 157). But what constitutes mental pollution is a matter of opinion; after all, it can be suggested that all kinds of discourses (political and social) are forms of pollution. If advertising is indeed pollution, as some claim, then it is primarily because it provides the kinds of messages that people want to hear, consciously or unconsciously, no matter what consequences (economic, personal, and social) these may have.

REFERENCES

1. Миронова Н.Н. Структура оценочного дискурса. М., 1998. 355 с.
2. Bakhtin, M. M. (1981). *The dialogic imagination: Four essays*. Austin, TX: University of Texas Press.
3. Danesi, M. (2006). *Brands*. London, UK: Routledge.
4. Goddard, A. (1998). *The language of advertising*. London, UK: Routledge.
5. Hutchby, I., & Wooffitt, R. (1998). *Conversation analysis*. Cambridge, UK: Polity Press.
6. Hymes, D. (1971). *On communicative competence*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
7. Lenderman, M. (2009). *Brand new world: How paupers, pirates, and oligarchs are reshaping business*. Toronto, Canada: Collins.
8. Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York, NY: Macmillan.
9. Toronto, Canada: University of Toronto Press.

УДК 81'1

Amanzhan N.B.,

KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan

Faculty of Translation and Foreign Philology

Specialty: '5B021000-Foreign Philology'

e-mail: nursulu.amanzhan@mail.ru

Roziyeva D.S., PhD

KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan

e-mail: rsdilfuza@mail.ru

STYLISTIC ANALYSIS OF ENGLISH BUSINESS DOCUMENTATION

This article examines the stylistic analysis of English business documentation and a definite communicative aim. Stylistic analysis can be successfully maintained providing the preceding stages have been well investigated; it is the function of stylistic analysis to gather together all the data drawn from the taxonomic, content-grasping and semantic stages of investigation. The suggested examples provide only a general idea as to a possible approach to analysis of English Business documentation, as the author has dealt with only a part of texts. Nevertheless, this cursory analysis will direct reader's attention to the necessity of carrying out the different procedures.

Typical features of business texts in English are their accuracy, excluding the possibility of any ambiguities, objectivity, information content, as well as a standard and consistent manner of presentation. Texts of the official business style may have the indicated features to a greater or lesser extent, but all such texts have a predominant use of linguistic means that help to meet the needs of this sphere of communication and, above all, to accurately convey information.

Keywords: Stylistic analysis, English business documentation, taxonomic, content-grasping, semantic stages of investigation, the function of stylistic analysis.

Stylistics is considered one of the branches of applied linguistics and its practical usefulness is varied and closely related to the enhancement of general culture. Stylistic analysis and interpretation of texts is a well-known methodological technique that has proven itself in practice for a long time, and the modern level of development of linguistics makes it possible to put it on a solid scientific basis and thus make it more effective.

Stylistic analysis is not an end in itself in the educational process. It is only a catalyst for the cognitive, ideological, emotional and aesthetic impact of literature. Analysis is inseparable from synthesis, restoring the artistic integrity of the work, showing the place of each element in the structure of the whole and at the same time taking into account the place of the elements in the language system.

At present, the study of professional communication, both oral and written, is one of the most promising areas. For our research, such a direction of professional communication as private business documentation in English is of the greatest interest. Being one of the most specific genres of formal business style, private business documentation has, along with general stylistic features, genre features that distinguish it from the traditional workflow in English [1, c 12]. The most striking examples of private business documentation are documents used when applying for a job - CV and cover letters for CV. Due to the fact that these documents are guided by the entire professional experience and the most outstanding personal and professional qualities of the applicant, their study only within the framework of documentary linguistics seems to be incomplete.

Why business English exists as an independent linguistic unit? At the beginning of the third millennium, English is the most widespread medium of communication on an international scale [2,c 25]. The present stage of development of the international community, it is that serves as a means of business communication. There are the following types of business speech: language of business documents, language of legal documents, diplomatic language, and language of military documents. If we talk about the official business style, then there are 3 types of it: the style of official documents, the style of business correspondence (business English) and the style of legal document[1,c 3]. The variety of functional styles of the English language makes it possible to distinguish from such a general concept as business English, not only legal English, but also contract English.

The content of documents is presented in narrative sentences. In business correspondence with foreign companies, exclamation and interrogative sentences with the expression of irony, jokes and other emotions are not allowed. The letter should not be aggressive, but unnecessary compliments are also undesirable.

Each new thought in the letter begins on a new line. The language of a business letter should be clear, concise and simple. Letters containing threat forms produce a very unpleasant impression. You must strictly adhere to a business tone and always show respect for the addressee. For letters sent to foreign correspondents, a courtesy formula (for example: Yours faithfully, Yours sincerely) is required, which is placed before the signature. There are several formulas for courtesy in English. They are written on a separate line, 2-4 intervals after the last line of the letter on the left side of the form.

Now let's analyze the peculiarities of the use of business English. Characterize such an area of business English as business correspondence. There are a number of requirements for the text of commercial letters:

The purpose of the business style is to establish the conditions, restrictions and forms of further cooperation of two or more people. Any document must provide complete clarity of the essence of the issue, express the main conditions that both contracting parties undertake to comply with. Language functions are only communicative and voluntary. The main parts of a business letter are: Head- in the upper middle part of the letter. It contains the name of the company and postal address, telephone number, fax number, e-mail[1, c 12]..

Date- after header, either on the left or on the right, depending on the style of the letter. The date has the traditional form of notation – month, day, year (February 9, 1999); European style – day, month, year (they write it with (/) 09/02/1999. The British version is characterized by a combination of letters and numbers: 9th February 1999 or February 9th, 1999.

Internal address – on the left side of the letter, contains information about the person or company to which: American corporations have names ending Co. – company, Corp. – corporation, Inc. – incorporated, f.e. Brown&Co. In England, public companies may include the abbreviations PLC (plc), and private limited companies – Limited (ltd).

The greeting is placed on the left side of the letter after the attention line. (British Formal – Dear Madam (s), Dear Mr. Smith, Dear Ms, Sir (s), Madam; American Formal – Sir(s): Madam (s), Dear Sir(s)).

The main part of the letter consists of 3 parts: Introduction, Concentration part, Complimentary part[3.c 43]. Introduction - we indicate the purpose of the letter, only 2-3 lines (I should be grateful if you send me information about ...). Letter may consist of several paragraphs, in which the goal is motivated in more detail, a description of goods and services is provided.

The final courtesy formula in an English letter corresponds to the appeal and depends on the relationship between correspondents. For example: Yours faithfully (Yours truly - rarely used) - (if the address does not indicate the name of the addressee - Dear Sir / Madam). Yours sincerely (if the message contains the addressee»

name - Dear Mr. White / Dear Ms. King). Best regards (if people are familiar or want to emphasize a warmer and more personal tone of the letter).

When words are used inaccurately, ambiguity often arises. So, for example, one should distinguish between the words: advertisement and claim, sale and sale for future delivery: agreement to sell; forward contract, conditional / provisional sale, etc.

It is not recommended to begin the presentation of foreign trade documents in words and phrases: in view of the fact (in as much as), in connection with that (due to the fact that; whereas), we are bringing to your notice, etc., which require the use of subordinate clauses.

Many official documents of firms, associations, to one degree or another, touch upon the legal side of the issue. In such cases, they sometimes seek the help of lawyers when drafting them. Legal formulations are distinguished by consistency of judgment, at the same time, simplicity. So, one of the linguistic formulas that have a deep legal meaning is affirmation through negation. For example: the Ministry of Foreign Trade doesn't raise objections ... (the board doesn't reject ...) [10.c 74].

It should be borne in mind that a good introductory word, an appropriate isolation relieve the tension of the tone of the presentation.

In business writing, it is customary to replace long words and phrases typical of the official style with shorter ones, for example: approximately - about (approximately), purchase - buy (to buy), enclosed herewith -enclosed (attached), in many instances - often etc.

In addition of cliché, the formal business style is characterized by terminology. In the process of thermal formation, two main trends are noted - the formation of abbreviations and the creation of terms and phrases (cash in hand, cash on delivery, on cash, prompt cash). Workplaces – the head of the credit department, sales manager, production manager.

In terms of syntactic structure, English texts of the official business style are distinguished by their constructive complexity. They are rich in participial, infinitive and gerundial phrases, as well as in some other purely bookish constructions, which sometimes complicate the understanding of the text and pose additional tasks for the translator.

Informative English materials also exhibit a number of grammatical features. Pragmatic speech uses the same syntactic structures and morphological forms as other functional styles. However, a number of grammatical phenomena are noted in this style more often than in others, some phenomena, on the contrary, are relatively rare in it, others are used only with a characteristic lexical «filling». The general properties of informative presentation cannot but affect the syntactic structure of the statement. For such materials, the definitions of concepts and the description of real objects by indicating their properties are especially characteristic. Latent definitions are also numerous attributive groups, which are used in large numbers in scientific and technical materials. After all, to name the device a mechanically timed relay (mechanically installed relay) is the same as to define it as, and relay which is mechanically timed (a relay that is installed mechanically). Such collapsed definitions make it possible to indicate the most different signs of an object or phenomenon: a medium-powered computer (a computer of average performance). The number of definitions in such combinations can be quite significant.

In general, business texts are characterized by a nominative feature, i.e. wider use of nouns than in other functional styles. The same feature of the business style, inherent in both the English and Russian languages, can manifest itself with unequal evidence and be expressed in different linguistic means.

It has been established that today English is the most spoken language in the world and its popularity continues to grow. In this regard, English for a number of political, economic and other reasons has become a ubiquitous means of business communication. Business communication is characterized by a whole set of distinctive features, namely: terminology, cliché, certain verbal cliches and blocks. However, we found that, despite the strict ordering, the style of documents can include elements of different styles. The most significant discovery in the course of the work was the fact that the theoretical basis of this linguistic unit has not been sufficiently studied in depth. By analyzing various business documents (legal, official, business correspondence and trade documents), it was confirmed that business English is clearly regulated in the use of lexical, syntactic, stylistic and other linguistic means, which is reflected both in the examples of the main part of our course work and in the appendices.

As a standard text in English, such documentation requires knowledge and the ability to use various transformations. It requires compliance with certain forms of writing a particular type of document, adopted in each country, polite forms of treatment and construction of proposals. The English business documentation is the

most conservative style in any language, therefore, deviation from the norms in writing or preparing documents will be perceived as impolite.

The system of speech styles is developing all the time. It is not closed. Some of the speech styles we have analyzed show a greater, others less tendency towards strict isolation. The blurring of lines between individual styles in modern English is not as intense as in Russian. There are reasons for this, arising from the peculiarities of the development of literary languages in England and the USSR. Speech styles in the English language show great stability, great resistance to the levelling tendency of the general people's literary language. Of course, these styles cannot completely dissolve in the literary language at all. This is hindered by the difference in goals, functions that are characteristic of each style. But the tendency to blur sharp lines between styles of speech is undeniably progressive.

In the modern period of globalization, English has become the main language of science, technology, business; it is this language that is used in communication at the international level. Therefore, in order to achieve success in foreign business arenas, it is necessary to know not only general English, but also special English, in our case, Official business English.

In a sense, this study can be regarded as an attempt to reveal all facets of the business language through the prism of the realities of the English language. We have noted the mutual influence and interaction of the system of a certain language and the sphere in which it is used.

REFERENCES

1. I.R.Galperin. Stylistics.Third Edition – Moscow Vyssaja Skola 1981. – 312 p.
2. Arnold I.V. Lexicology of modern English – FLINT: Nauka, 1981 – 5 c.
3. Skeat W.W. A Concise Etymological Dictionary of the English language. – Oxford, 2013-694 p.
4. Akhmanova O.S. Dictionary of linguistic terms. – M; URSS:Editorial URSS, 2004 -571P.
5. N.M.Razinkina. Dictional stylistics – Moscow 1989- 150 p.
6. S.V.Matkov. Vestnik. – Almaty 2012 – 13 p.

УДК 881.42

Абылай хан атындағы ҚазХҚЖТУ З курс студенті

Амрұллаева Ш.Ф.

«5B021000 - Шетел филологиясы» мамандығы

Алматы, Қазақстан

электрондық пошта: shadiya949@gmail.com

Фылология ғылымдарының кандидаты, аға оқытушы

Джусакинова Ш.К.

ЖАРНАМА ТІЛІ ЖӘНЕ ОТАНДЫҚ КОМПАНИЯЛАРДА ҚОЛДАНЫЛАТЫН ЖАРНАМА СЛОГАНДАРЫНА ДИСКУРСИВТІ ТАЛДАУ

Мақала жарнама мәтінінің тұжырымдамасына, оның ерекшеліктеріне, функциялары мен 21 ғасырдағы отандық өндірушілер шеңберіндегі жарнама мәтінінің дискурсивті талдауына арналған. Оларға лексикалық және морфологиялық ерекшеліктерімен айтылатын слогандар (ұрандар), сонымен қатар, стилистикалық ерекшеліктері де кіреді. Жарнама мәтінінде шешуші рөл атқаратын элементтер жұмыс барысында талданады. Жақсы қалыптасқан жарнамалық мәтінді жасау Отаның гүлденеүінің негізгі көздерінің бірі болып табылады.

Тірек сөздер: жарнама, мәтін, дискурсивті талдау, лексикалық бірліктер, Қазақстан, жұмыс, жарнама, слоган, стилистикалық колданыс, морфологиялық құрылым.

3rd year student of Abylai Khan KazUIR&WL

Amrullayeva Sh.F

“Specialty 5B021000 - Foreign Philology”

Almaty, Kazakhstan

e-mail: shadiya949@gmail.com

Scientific supervisor:

Dzhusakinova Sh.K

Candidate of Philological Sciences, senior teacher

THE LANGUAGE OF ADVERTISEMENTS AND DISCOURSE ANALYSIS OF THE SLOGANS OF DOMESTIC COMPANIES

The article is devoted to the concept of advertising text, its features, functions and discourse analysis of advertising text within the framework of domestic producers of the 21st century. They include emotionally expressive slogans, stylistic

devices, with their lexical and morphological features. Elements that play a key role in the advertising text will be analyzed in the course of work. Development of a properly composed advertising text will be one of the main sources of prosperity for Motherland.

Keywords: advertising, text, discourse analysis, lexical units, Kazakhstan, work, advertisement, slogan, stylistic devices, morphological structure.

Advertising has become an integral part of everyone's life. Advertising is everywhere: in the vastness of the Internet, radio, TV, in the covers of a glossy magazine, and even on the streets. The term comes from the Latin verb *advertere*, meaning "to turn one's attention to (something)," from a combination of *ad-*, meaning "toward," and *vertere*, "to turn." The word *advertise* is based on the same root. [1] Brands now really know how to advertise. Many, but not all. Advertisements are sometimes so useful and loved by people that the fact of their influence on human life is not even denied. Technologies have reached the level of tracking the location of each user in order to display ads based on their habits and needs. It took over the world.

The history of advertising development begins in ancient times. Egyptian, Babylonian, Greek and Roman cultures are surprising with the high rates of development of advertising information. It was expressed in written, visual and verbal form. Even at that time, the ancient entrepreneurs in the person of slave traders set themselves the goal of persuading a potential consumer to their side, grabbing his attention and forcing him to make a profitable deal for them. The first advertising information of the ancient world was the Egyptian papyrus informing about the sale of a slave. [2] In addition, advertising text can be found on walls and slabs scrawled or painted with paint. In Greece and Rome BC. All advertising messages were written on special tablets, later on parchment. On the market squares, various announcements were often read in the presence of a large crowd of people.

But the most global stage in the history of advertising began only after the advent of the printing press and the massive appearance of books. In 1450 Gutenberg created the world's first printing press. This was the beginning of a new era of advertising.

In the Soviet era, there was no such form of advertising at all, according to researchers, there were only placards with slogans in support of the party and socialism. The topic of advertising can be considered as a new topic that remained unchanged until the nineties. It was not until the 1990s that special attention was paid to advertising. The process of development of Kazakhstan in the market-economic relations requires a comprehensive approach to advertising. Nowadays in independent Kazakhstan are businesses developing thanks to advertising.

Advertising is associated with almost all areas of the industry, from medicine to linguistics.[3] How is linguistics and advertising related? Advertising text! Advertising text is based on suggestion. Its action should be immediate, it is focused on instant reading. It can be considered a separate art form with a number of features and rules [4]. As everyone knows, advertising text is a special type of business text, the purpose of which is to attract attention, inform and influence the conscious of people. It is used to sell a product, to convince a potential buyer that he needs a product or service. Thus, every word that is used in advertising must be informative, artistic and cost-effective. The language of advertising is the verbal means through which the content of the advertising text is transmitted. The main rule of the advertising language is that the minimum of the text contains the maximum of meaning. In other words, a simple and accessible text without jargon and slang, the language of advertising should be a refined language of conversation. To create a high-quality advertising text, the advertiser should pay close attention to those language tools that will draw attention to the product and help to sell it. The advertising language has some morphological features. For example, with the help of nouns, an advertiser can convey information in a concise and accessible way, but to make advertising brighter and more expressive, the authors, of course, resort to the use of adjectives and adverbs. Pronouns can often be found, since the style of speech of advertising is colloquial. Stylistic techniques are diverse, if it's necessary to express strong expression, it is rational to use phraseological phrases. Epithets have found wide application in the language of advertising, as well as hyperbole, metaphor, comparison, personification, alliteration and etc. Different parts of speech are used in the language of advertising. Imperatives encourage potential customers to show interest, make them buy a product or service, for example: "THINK DIFFERENT" [5]. The slogan "Think different" began to appear in all Apple advertising, although at that time the brand did not release innovative products. But suddenly, people began to realize that Apple products were not just computers, they were powerful and easy to use. This made any user feel like a tech-savvy connoisseur of innovation. This is the way how important the language of advertising is. In the following table is shown sample examples of what kind of tropes can be used in the heart of an advertising text- slogan:

| Tropes: | Function: | Company: | Slogan: |
|----------------|--|-----------------|---------------------------|
| Alliteration | repetition of identical or similar consonants | ODEON | <u>First for films</u> |
| Assonance | repetition of vowels | TESCO | <u>Every little helps</u> |
| Metaphor | Can directly refers to one thing by mentioning another | The Coca-Cola | Taste the feeling |

Choosing the right word for the slogan is always difficult, because people often associate it with different meanings. In the first column- alliteration (the repetition of the sound “f”- “first for films”) helps the customer remember the slogan. This emphasizes that the last film will be shown first. In the second- assonance (the repetition of “e” sound- “Every little helps”) increases the poetic effect of the slogan. The author of the advertising text uses the slogan like “taste the feeling”, it implements the metaphorical principle.

In recent years, digitalization and advertising have been developing in Kazakhstan, and therefore the economic side of the country is growing significantly. A truly interesting advertising text is one that not only flows in a measured way, delivers real satisfaction from reading, but also constantly tells people something that they do not know, but which they still believe. There is tremendous value in an ad text that can surprise, but on condition that it always sounds sincere. Are there such advertisements in Kazakhstan? There is an advantage in Kazakhstani developing companies in which the promised slogan matches the services. Considering some companies, it should be mentioned that they are in the top of the most successful breakthroughs in their business, not only in the country, but also outside the borders of which has been going on since the last century. There are also new brands that have become popular in a short time. The most famous companies in Kazakhstan today are:

1. Kaspi bank; 2. Rakhat; Technodom;

Company which quickly became popular is: 1. Qazaq Republic;

They have become popular due to great ad text and good service plus quality products. It goes without saying that the slogan is part of the success of domestic companies, which should be analyzed.

Analysis:

| № | Company: | Slogan: |
|----------|---------------------|---------------------------|
| 1 | Kaspi Bank | Eń durysy Kaspi KZ arqyly |
| 2 | Rakhat Company | Bizben birge tattirek |
| 3 | Technodom | Bári de sizder úshin |
| 4 | Qazaq Republic-1465 | Jańa aridentika |

1. Kaspi Bank- The name of the company reminds of something familiar to those living in Kazakhstan. Because, after several years of its creation, the company was called Caspian Bank, which says that the company is named after the Caspian Sea (part of which is located in the city of Aktau). Then it was renamed into Kaspi Bank. It's a lexical unit, a shortening form which comes from the word Caspian. As for the company's slogan, it sounds like this at the end of the commercials: “Eń durysy Kaspi KZ arqyly” (kz). In this slogan words “durysy” and “arqyly” are rhymed in a line of the sentence in this slogan. Somehow the rhyme helps to enhance the expressiveness of the advertising text and makes it easier to remember. In fact, this slogan conveys the message that the services are very affordable and easy to use, which turns out to be true. The slogan also has a repetition of the vowel “y”, which indicates the presence of assonance to make ad text more poetic or lyrical.

2. Rakhat company. Rakhat is one of the largest confectionery manufacturers in Kazakhstan, founded in 1942. The name of the company “Rakhat” in translation from Kazakh means “pleasure”, in other words, having tasted sweets, a person becomes happier and gets a dose of pleasure. “Bizben birge tattirek”. The presence of alliteration (the repetition of the consonant “b”) and assonance (the repetition of the vowel “i”) in the slogan make the sentence sound more expressive and optimistic. But the customers are interested in comparing the products of other companies with this in his mind, and eventually buys. Because it is oriented in such a way that it increases its status among the rest, using the comparative adjective “tattirek” (sweeter) in the slogan.

3. Technodom. It is the leading national chain of stores for electrical and computer equipment, the largest one in Kazakhstan. The word “Technodom” is a complex word consisting of two roots of the nouns “techno” (abbreviated from the word technique, which means a generalized name for complex devices, mechanisms, systems) and “dom” (translation to English “house”- it is a place where a family or a person lives). The two words together mean “the place where the “techno” lives” or “the house in which there is the techno”, since the

concept of “dom” itself, according to cognitive linguistics, most often evokes associations like comfort, warmth and family, which inspires a kind of confidence in buyers. In the company’s slogan “Bári de sizder úshin” there is an assonance in the vowel sound “i”, the preposition “de” with the plural suffix of the next word “der” creates a specific rhythm in the text, that makes business better. From a semantic point of view, the entire text shows caring and love towards the customer. That is translating the slogan itself from Kazakh into English, it will mean “doing everything with love”.

4. Qazaq Republic-1465. This is a Kazakh clothing brand that has become popular among young people on the Internet immediately after its creation to this day. The brand includes sweatshirts, caps, T-shirts with Kazakh inscriptions according to the new system - in Latin. The name of the brand “Qazaq Republic- 1465” itself translates as “Kazakh Republic” but not Kazakhstan. The numbers 1465 mean more than people might think. The thing is that the name of the brand returns to the history of the beginning of the Kazakh Khanate. And the slogan “Jańa aidentika” (the translation to English language-modern identity) shows the following grammatical units; “jańa” as an adjective and “aidentika” as a noun as well as a trope in the function of barbarism. In fact, style is synonymous with identity. In other words, it is “Modern style”, style in a broad sense. So, the message says that the introduction of a new era in society, the Kazakh people must also step into a new stage of their development, not forgetting about history. The reason for the popularity among young people proves that they support that ideology to develop themselves and take the country on a new path.

In conclusion, the purpose of advertising is to change the public outlook. This goal is achieved through the use of advertising compilation rules and methods. These rules are aimed at influencing the reader on a subconscious level, since some techniques, such as positioning the image and headline in a certain place, are memorized in the mind of the customer before he realizes the meaning of the advertisement. The language of advertising certainly plays a big role in people’s lives. Advertising helps manufacturers maintain a stable economy in their factories. With the help of advertising, there is a constant turnover. No wonder they say: “Advertising is the engine of progress.”

REFERENCES

1. <https://www.dictionary.com/browse/advert> ©2020 Dictionary.com, LLC
2. Марк Тангейт. Всемирная история рекламы = Adland. A Global History Of Advertising. — М.: Альпина Паблишер, 2015. — 270 с. — ISBN 978-5-9614-5094-1.
3. Ромат, Е. В. Реклама / Е. В. Ромат. — М.: Питер, 2014. — 496 с.
4. Aniskina, N.V. Models of analysis of advertising text / N.V. Aniskina, T. B. Kolyshkina. - Moscow: IL, 2016 .-- 304 p.
5. https://ru.wikipedia.org/wiki/Think_Different Apple Inc., established in 1997

УДК

Бостан Ә., бакалавриат
 Алматы, Қазақстан, e-mail:
 abostan0005@gmail.com
 Розиева Д. С., PhD,
 Қауымдастырылған профессор
 Алматы, Қазақстан, e-mail: rsdilfuz@mail.ru

УИЛЬЯМ ШЕКСПИРДІҢ АҒЫЛШЫН ТІЛІНІҢ СӨЗДІК ҚОРЫНА ҚОСҚАН ҮЛЕСІ

XVI ғасырда ағылшын тілі қолданыстан шығып қалудың азак алдында тұрды. Ал бүтінде жаһанды мойындаған бұл тілдің шоқтығы биік. Берілген мақалада әйгілі драматург У. Шекспирдің өмір жолы мазмұндалып, қазіргі таңда әлемдік тіл деңгейіне жетіп отырған ағылшын тілінің дамуына қосқан орасан зор еңбегі туралы айтылады.

Кілт сөздер: Шекспир, ағылшын тілі, әдебиет, пьеса, сөздер, тарих

WILLIAM SHAKESPEARE'S CONTRIBUTION TO ENGLISH VOCABULARY

In the 16th century, English was on the verge of extinction. And today this generally recognized language is very popular. This article tells the story of Shakespeare's life and his great contributions to the development of the English language, which has now become a world language.

Key words: Shakespeare, English, literature, play, words, history

Ағылшын тілі мың жылдық тарихы бар, әдебиет пен өркениеттің, парасаттылық пен мәдениеттің өзегі үштасқан, сөз орамдарының сырына әбден қаныққан тіл. Ағылшын тілі өркендеудің күрделі

сатыларынан өтті. Элемдегі небір ғұламаларды, сөз онерінің қадір-қасиетіне жете білген ақын-жазушыларды өмірге әкелді. Ағылшын әдебиетінде қалам тербекен Уильям Шекспир, Эдмунд Спенсер, Чарльз Диккенс, Джекри Чосер сияқты әйгілі әдебиет майталмандары күллі адамзат үшін сарқылмайтын асыл мұра қалдырган.

Ал Уильям Шекспир десе елең етпейтін жан жоқ шығар. Оның шығармалары әлем жұртшылығын мойындана білді. Элем әдебиетінде Шекспирдің рөлі орасан зор. Сол дәуірдің тұрмыс-салтын сипаттаң, халық әдебиетіндегі бага жетпес бейнелерді шебер суреттеп, әлем жұртшылығына тарту етті.

Уильям Шекспир 1564 жылы сәуір айының жиырма үшінде Англияда (Стратфорд-он-Эйвон) қарапайым қолонершілер отбасында дүниеге келген. Болашақ драматург әдебиет және тарих, латын, грек тілдерін тереңдетіп оқытатын грамматикалық мектепте тәлім алған Уильям Шекспир халық фольклоры мен сөз онерінің сырына қанығып өседі. Ол уақыттарда Англияда театр болған жоқ. Ал көшпелі театр елжерді арапап жүріп, кейде Стратфорд-он-Эйвон көшелерінде де қойылым көрсетіп, жұртты тамсандырып кететін.

Бала Уильям театр қойылымдарынан ерекше ләззат алып, сахна актеры болуға шабыты ашылады. Кейде ол өзі де шағын пьесалар жазып, достарымен кішігірім сахналық қойлым қойғанды ұнататын. Уильям 21 жасқа толған кезінде Лондондағы шағын театрлық топқа қосылып, сахналық пьесалар жазып жүрді. Көп ұзамай Шекспирдің пьесалары халыққа кеңінен таныла бастады. Өнер жолын «Глобус» атты алғашкы кәсіби театрда бастаған.

Шекспирдің бізге жеткен шығармалары, сонымен қатар басқа да авторлармен бірлесіп жазған еңбектері 38 пьеса, 154 сонет, 4 поэма және 3 эпитафияны құрайды. Шекспир пьесалары басқа драматургтардың еңбектерімен салыстырғанда әлдеқайда көп тілдерге аударылып, сахналанды. Әйгілі ағылшын классигі У. Шекспирдің шығармаларында қолданылған екі жүзге тарта фразеологизмдік тіркестері ағылшын тілінің сөз байлығын еселең түсті.

Біз оларды «Гамлет», «Отелло», «Макбет», «Лир патша», және т.б сияқты еңбектерінен кездестіреміз. Мұндай сөз тіркестері шығармага ерекше бояу береді.

Шекспир Лондон тұрғындарының сөйлеу тілінің байлығын пайдалана отырып, сөздерге жаңа дем берді. Шекспир пьесаларындағы ерекшеліктердің бірі метафоралар мен эпитеттерді жиі қолдана отырып, идиомалық өрнектерді мың құбылтып қолдануы.

16 ғасырда ағылшын тілі тұрақсыз болып, нормандықтардың шабуылынан кейін тілдік дағдарыска ұшырай жаздады. Орта ғасырдағы тоқтаусыз соғыстардың әсерінен кірме сөздер лек-легімен көбейіп, онсыз да жойылуға шақ қалып тұрған ағылшын тілін бүлдіре бастады. Тілді қалпына келтіретін ешқандай әдебиеттік нормалар мен сөздіктер болған жоқ. Ежелгі мәтіндердің көпшілігі латын және грек тілдерінде жазылып жүрді. Ал сол дәуірдегі ғалымдар, жазушылар мен философтар үшін ойларын жеткізуге ағылшын сөзігі аздық етіп, кірме сөздер мен өздері ойлап тапқан неологизмдерді қолдануына тұра келді.

Осы әдісті Филип Сидни, Кристофер Марло, Джон Лили, Эдмунд Спенсер сияқты жазушылар да пайдаланды. Әйтсе де, Шекспирдің шығармалары ғана сәттірек жазылып, нәтиже бере бастады. Оның басты ерекшелігі – ағылшын тілінің лексикалық өрісін кеңейте түсуінде. Шекспир жаңа сөздерді қолданыста жүрген сөздермен бекітіп, халық арасында қолдануға ыңғайлышы етіп жасады. Бұл процесс күдді бір шикізат көзін өндегенмен тең еді. Шекспирсіз ағылшын тілінің қазіргі күйін елестету мүмкін емес.

Уильям Шекспир ағылшын тілінің өркендеуіне орасан үлес қосты. Шамамен екі мыңға жуық жаңа сөздер мен сөз тіркестерін жасап шықты деген пікір бар. Атап айтқанда:

1. Жаңа сөздер. Ағылшын тілінің сөз байлығы аз болғандықтан, кірме сөздердің көптеп қолдануға тұра келді. Шекспир жүздеген жаңа сөздерді өз пьесаларында еркін қолдана отырып, халық арасында тез таралуына ықпал жасады. Шекспир тілдік бірліктердің құрастыруда бірнеше әдіс-тәсілдерге жүгінді:

Бұрыннан қолданыста келе жатқан екі сөз қосылып, күрделі сөзге айналып басқаша мағына береді:
to after-eye – көзбен шығарып салу

heaven-kissing – шарықтау, биікке көтерілу

well-bred – тәрбиелі

eye-drop – көз жасы

Бұрыннан қолданыста келе жатқан сөздерге жұрнақтар жалғанып, мағынасының өзгеруі:

swag – swagger – тәкаппар, өркөкірек

law – outlaw – қылмыскер, заң бұзушы

daunt – dauntless – батыл

Шекспир сөз мағынасын қарама-қарсыға өзгертетін –un сөз алды қосымшасын жи қолданған
 dress – undress – киімін шешу
 real – unreal – жалған.

Сонымен қатар осы префиксі қолдана отырып, мағынасын түбегейлі өзгертті:

Мысалы uncomfortable сөзі ағылшын тілінде бұрыннан-ақ болды, бірақ мағынасы «қайғыдан қан жұту, қара жамылу, қайғыруды» білдіретін, бірақ Шекспир мұны түбегейлі өзгертіп, «ыңғайсыз» деген түсінік берді.

Бір сөз табының сөзін екіншіге аудыстыру. Шекспир бұл салада ағылшын сөздерінің мүмкіндіктерін кеңінен қолданудан алдына жан салмады. Ол өзінің пьесаларында зат есімді етістікке аудыстырып, дерексізді деректі затқа айналдырыды. Мысалы, «such stuff as madmen Tongue and brain not» сөйлемінде tongue және brain сөздері «сөйлеу, ойлау» мағынасыдағы етістіктер. Ол сонымен қатар «әйелдер тобында болу» мағынасын беретін womaned сөзін немесе «босану, бала туу» мағынасындағы childing сөздерін ойлап тапты.

Кірме сөздер: Жазушы бұл тәсілді мейілінше сирек қолдануга тырысты. Ол ағылшын тіліне неміс сөзі crants – «гүл шоқтары» және француз тілінің oeillades – «ғашықтар» сөздерін алып, оз пьесаларында кеңінен қолданды. Айтып өткенімдей, Шекспир кірме сөздерді аса құптамайтын.

Неологизмдер. Бұл да Шекспир шығармашылығында көп кездесе бермейтін сөздер. Ал әдеби зерттеушілер кейбір сөздердің түп төркінін немесе қандай әдіспен жасалғанын таба алмаса, неологизм деген шешімге келеді.

Тұрақты сөз тіркестері. Шекспир сөздерді тіркеске шебер құрастыратын, сондай-ақ ол ел ішінде тез-ақ таралып кететін. Бұл тіркестер әлі қунге дейін кеңінен қолданылады:

For goodness sake – Құдай үшін
 Break the ice – қызындықты еңсеру
 Vanish into thin air – ғайып болу
 What's done is done – болар іс болды, бояуы сінді
 All of a sudden – аяқ астынан

Қолданыста жүрген сөздердің жаңа мағыналары: Шындығына келгенде, Шекспир сөздігі соншалық бай бола койған жоқ. Ертеректегі ағылшын жазушылары өз мәтіндерінде бұдан да көп сздерді қолданған. Ағылшын тілінің байлығы тілдік бірліктермен емес, сөз мағыналарының көптүрлілігімен есептеледі. Шекспирдің шеберлігі контексттің көмегімен санаулы ғана сөзді мың күбылтып өзгерте алатындығынан көрініс табады. Шекспир шығармашылығын өзін зерттеушілері бір ғана free сөзінің өзін «алансыз, жомарт, ашық, еркін, күнәсіз» сияқты он шақты мағына бере алады деп қарастырады. Мысалы, to breathe етістігі Шекспир сөздігінде «дем алу, сөйлеу, демалу, билеу» деген мағыналарды блдіреді.

Шекспир ағылшын тіліне құнделікті өмірде қолданыста жүрген бірқатар сөздерді тарту етті. Мысалы: «To be or not to be»... («Болу немесе болмау»...), «All's well that ends well» («Басы қатты болса, соны тәтті болады»), «Love is blind» («Көзсіз маҳаббат»).

Шекспир ағылшын семантикасын шебер менгерді және шығармалары да бейнелі, әсерлі сезімдерге ие. Оның пьесаларында көптеген көркем эпитеттер, қанық метафоралар, дәл және құлқілі каламбурлар да кездеседі. Шекспир кейіпкерлері ұстап көруге болатындағы айқын. Ағылшын ақыны Томас Грей Шекспирдің әр сөзін ғаламат суретке теңеген.

Шекспир ашулы адамның келбетін «сірке суындай- vinegar», ал жылы сөздерді «қант қосып қойғандай- sugar'd » деп теңеген.

Сөз ойындары – тілді менгерудегі ең жоғарғы сатысы.

Шекспир шығармаларында кездесетін фразеологияларды саны жағынан Библиядан кейінгі екінші орынды алды. Театр өнерінен бастап, қазіргі таңдағы біз қолданатын ағылшын тілінің өркендеуіне дейін ерен еңбек еткен Шекспирден асқан тұлғаны елестету әсте мүмкін емес. Шекспиризмдер ағылшын тілінің ажырамас бөлігі іспеттес.

Шекспир өз заманындағы мақал-мәтедерді кеңінен қолданды. Уолтер Ролейдің паймдауынша, «Шекспир шығармалары халық әдебиетінің үзінділеріне бай. Халық әндері, балладалар, повестер мен мақалдардың көптеп кездесуі оның өз замандастарынан оқ бойы алда екенінің дәлелі. Тіпті бір ғана комедияның өзінен-ақ мақал-мәтедердің үлкен жинағын табуға болатындей».

Шекспиризмдер үнемі өздеріне оқырман назарын аударып тұрады. Олар тілдің айнымас бөлігі. Әдебиетте де, ағылшының аудызекі сөздерінде де көптеп қолданылатын шекспиризмдер тарих пен фольклор, сол дәуірдің тұрмыс-тіршілігі, мәдениеті Шекспирдің пьесаларынан оқырманға сыр шертіп

тұрғандай күйге бөлейді. Олар ешқашан өз маңызын жоғалтпақ емес, керісінше, болашакта да зерттеудін ең үлкен нысаны болғалы түр.

ӘДЕБІЕТ

1. Михальская Н.П. Аникин Г.В. История английской литературы: Учебник для гуманитарных факультетов вузов. – М.: Издательский центр «Академия», 1998, 516 с.
2. Longman Dictionary of English Idioms. - London, 1980.
3. Морозов М. Статьи о Шекспире. – М., 1964, 156с.
4. Самарин Р.М. Реализм Шекспира. – М., 1964, гл. «Эстетическая проблематика сонетов Шекспира».
5. Комарова В.П. Личность и государство в исторических драмах Шекспира. – Л., 1977, 124с.
6. Malless S, McQuain J. Words and meanings first used by William Shakespeare [Electronic Resource]. – Mode of access: <http://www.bpcr.net/documents/Miscellaneous/good%20words%20by%20shakespeare.htm>

УДК 811.111'271

Ergeshova M.,

The 1st year student of KazUIRandWL named after Ablai Khan,
Speciality: “6B02303-Foreign Philology”

Almaty, Kazakhstan

e-mail: ergeshova.muhlisaa@mail.ru

THE ROLE OF THE LANGUAGE IN INTERCULTURAL COMMUNICATION

The article examines the role of language in intercultural communication, the study of language as a leading means of communication, examines the relationship between language and culture, culture and the linguistic picture of the world, the need for the correct development of intercultural communication in the modern world. Thus, we come to the conclusion that this is a complex process generated by mutual understanding, considers that effective intercultural communication, is achieved by a benevolent attitude towards a person.

Keywords: language, culture, globalization, intercultural communication, linguistic picture of the world.

Ергешова М.,

Студентка 1 курса КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «6B02303-Иностранный язык»
Алматы, Казахстан

e-mail: ergeshova.muhlisaa@mail.ru

РОЛЬ ЯЗЫКА В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В статье рассматривается роль языка в межкультурной коммуникации, изучение языка как ведущего средства коммуникации, исследуются отношения языка и культуры, культуры и языковой картины мира, необходимость правильного развития межкультурной коммуникации в современном мире, где развивается глобализация. В результате отражения в языке явлений окружающего мира появляется основа для выявления универсальных и национальных своеобразных черт. Таким образом, мы приходим к выводу, что это сложный процесс, который порождается потребностями совместного взаимопонимания, что эффективная межкультурная коммуникация, в свою очередь, достигается доброжелательным отношением к человеку.

Ключевые слова: язык, культура, глобализация, межкультурная коммуникация, языковая картина мира.

Что такое язык? Язык — это орудие общения, материально-духовное образование. Он вмещает в себя все познавательное богатство человека в индивидуальном и общественном аспекте, закрепляет в материальной форме его общественное и индивидуальное сознание. Язык является не только важнейшим средством человеческого общения, но и одним из главных форм самовыражения любой нации и народности. Основную роль в реализации функции языка, как орудия культуры и средства формирования личности и его национального характера играет лексический состав языка.

На мой взгляд, язык — это дар, который расширяет способности человека, его мышление, память, восприятие и воображение. Но иногда мы становимся свидетелями, когда этот дар превращается в нашего врага. Почему же это так происходит? Потому что из-за непонимания друг друга это может привести к ссорам и конфликтам. Мы забываем о том, что наша мысль соткана из языка и не используем язык как дар, мы мыслим, не видя его. Каждый человек, столкнувшись с иностранным языком, обнаруживает и осознаёт свой язык и свои мысли. Ведь мы мыслим языком, на котором говорим, и каждый язык отражает одну и ту же реальность по-своему. Для того чтобы не было конфликтов и недопонимания между коммуникантами, язык должен быть точным, чтобы люди могли

понимать друг друга. Также он должен быть гибким, чтобы позволять словам приобретать новые оттенки значения.

Сегодня история человечества превращается в глобальную единую историю, хотя до недавнего времени она была историей отдельных стран, культур и народов. В современном мире, все, что происходит в жизни отдельных стран, так или иначе, отражается на жизни других стран и проявляется в других точках земного шара. При этом современные культуры постепенно теряют своеобразие и замкнутость, а границы между ними все более стираются и исчезают.

На сегодняшний день без осуществления межкультурной коммуникации глобализация просто невозможна. Если быть точнее, то она является одной из составляющих этого процесса. Мы все являемся свидетелями, как сегодня в мире активно исследуются отношения языка и культуры, языка и общества, языка и этноса, языка и познания. Благодаря глобализации сегодня меняется образование, культура и экономика. Современный мир все больше и больше нуждается в людях, умеющих понимать окружающих, творчески мыслить и анализировать. Одним из лучших средств позволяющих развивать эти навыки является иностранный язык. Ведь овладевая иностранным языком, мы расширяем наш горизонт познания и окунаемся в другую языковую вселенную, тем самым обогащаем словарный запас, развиваем память и способствуем улучшению мысленных способностей. Изучая иностранный язык, мы начинаем лучше понимать как нас самих, так и окружающих, развивая свои интеллектуальные способности, мы все больше обращаем внимание на родной язык и учимся выражать мысли как на родном, так и на иностранном языке.

Профессор Г.В. Колшанский рассматривает язык как первородное средство человеческого общения, как непосредственный выразитель мыслительного процесса, свойственного человеку на уровне абстрактного познания. По его мнению, все содержание мышления, связанного с поведением человека в трудовой и социальной деятельности, находит свое выражение в языке, поэтому язык может рассматриваться как глобальное явление, охватывающее все виды коммуникации в обществе [1; с.28].

Возможность общения с представителями разных культур, которая довольно быстро стала повседневной реальностью для многих стран и народов стала очевидным положительным результатом процесса глобализации. Это обстоятельство породило первоначально интерес к межкультурной коммуникации, а затем и необходимость ее изучения.

В связи с глобализацией значительно возрастает необходимость развивать межкультурные коммуникации для понимания коммуникантов, принадлежащие к разным этническим культурам внутри своей страны или за ее пределами. Важнейшей составляющей межкультурной коммуникации является знание языка.

А что же на самом деле межкультурная коммуникация? Межкультурная коммуникация — это связь между представителями различных культур, непосредственные контакты между людьми и их общностями. Она представляет собой особую форму коммуникации двух или более представителей различных культур. В ходе, межкультурной коммуникации взаимодействующие культуры обмениваются информацией и культурными ценностями. Процесс межкультурной коммуникации специфическая форма деятельности, которая требует знания материальной и духовной культуры другого народа, религии, ценностей, нравственных установок, также мировоззренческих представлений, а не ограничивается только знаниями иностранных языков. Сегодня без глубокого и разностороннего знания культуры носителей этих языков, их менталитета, национального характера, образа жизни, видения мира, обычаев, традиций невозможно изучение иностранных языков и их использование как средства международного общения. «Только сочетание этих двух видов знания — языка и культуры — обеспечивает эффективное и плодотворное общение» [2; с. 95].

Гипотеза Сепира-Уорфа основана на положении, что язык является основой той картины мира, которая складывается естественным образом у каждого человека и приводит в порядок огромное количество предметов и явлений окружающего нас мира. Известные лингвисты Э. Сэпир и Б. Уорф видят в языке не только «инструмент» для воспроизведения мыслей, но и считают, что язык сам формирует наши мысли. Язык — это призма, через которую смотрят на мир и которая в каждой культуре своя. Окружающий человека мир представляется в трех формах: реальный мир, культурная картина мира и языковая картина мира. Каждый народ имеет свою историю, свою культурную и языковую картины мира. Именно в языке реализуется культурная картина мира, которая хранится и передается из поколения в поколение. Благодаря лингвистической гипотезе этих ученых мы можем утверждать, что язык не просто отображает мир, а строит идеальный мир в нашем сознании, конструирует вторую реальность, с которой

человек имеет дело прежде, чем с предметами реальной действительности. Человек видит мир так, как он говорит. Поэтому люди, говорящие на разных языках, видят мир по-разному [3; с. 159].

В соответствии с вышеупомянутой гипотезой реальный мир создается благодаря языковым особенностям культуры. Каждый язык, как и каждая культура, имеет собственный способ представлять одну и ту же реальность. В этом процессе все основывается на степени переживаний, которые определяют восприятие и мышление. Чем сложнее и разнообразнее совокупность понятий для одного явления, тем оно более значимо и весома в данной культуре. И, наоборот, чем явление менее значимо, тем грубее языковая дифференциация.

Огромную часть информации человек получает через слово. Оно отражает мир предметов и вещей в виде концептов, интеллектуальных, социальных и духовных потребностей. Слова — это кусочек реальности, пропущенный через призму культурной картины мира. И поэтому они приобретают специфические, присущие только определенному народу черты. По мнению ученых, глубокое понимание и владение словом, которое обозначает какой – либо предмет, явление, помогает лучше овладеть вещественным миром и проникнуть в тайны языка. Одно и то же явление, один и тот же кусочек реальности, одно и то же понятие имеет разные формы языкового выражения в разных языках, которые более полные или менее полные. Когда мы изучаем иностранный язык, слова этого языка, мы знакомимся с чужой картиной мира и пытаемся совместить его со своей картиной мира, заданной нам родным языком. Но чаще всего это невозможно. Ведь усваивая чужой язык, человек одновременно усваивает и чужой мир, чужую культуру, что приводит к своеобразному раздвоению личности. Именно это и является одной из главных трудностей в изучении иностранного языка.

Язык, в свою очередь, является ведущим средством коммуникации, благодаря которому происходит контакт между отдельными лицами на основе знания и понимания двух языков и культур. Культура каждого народа предстает как самостоятельная система, отличающаяся от других религиозными, нравственными, этническими и другими признаками. Обобщая данное высказывание, мы вправе утверждать, что без знания вторичной, культурной среды никакая коммуникация вообще невозможна.

В результате отражения в языке явлений окружающего мира «появляется основа для выявления универсальных и национальных своеобразных черт в семантике естественных языков. Также вскрываются некоторые фундаментальные принципы формирования языковых значений, и обнаруживается глубокая общность фактов, которые раньше представлялись разрозненными. Выражаемые в языке значения при этом складываются в некую единую систему взглядов, своего рода коллективную философию. В дальнейшем это же система взглядов навязывается в качестве обязательной всем носителям языка.

Язык способствует обнаружению и распознанию объектов окружающего мира, их классификации и упорядочению сведений о нем. Он облегчает адаптацию человека в условиях окружающей среды и помогает правильно оценить объекты, явления и их соотношение. Также язык способствует организации и координации человеческой деятельности. Он является инструментом культуры, формирующий личность человека, который именно через язык воспринимает менталитет, традиции и обычаи своего народа, а также специфический культурный образ мира [4; с 14].

Важнейшим фактором обеспечения стабильности коммуникации является язык, который ориентируется на понимание, диалог и социокультурные факторы. Роль языка состоит не только в передаче сообщения. В первую очередь, ролью языка является внутренняя организация того, что подлежит сообщению. Возникает как бы «пространство значений», т.е. закрепленные в языке знания о мире, куда вплетается национально-культурный опыт конкретной языковой общности. Формируется мир говорящих на данном языке, т.е. языковая картина мира как совокупность знаний о мире, запечатленных в лексике, фразеологии, грамматике [5 с.260].

Нельзя не согласиться с тем, что культурная картина мира намного богаче, чем языковая. Но только в языке происходит реализация культурной картины мира, которая хранится и передается из поколения в поколение. Например, там, где русский человек видит два цвета: синий и голубой, немец видит один цвет – blau. Таким образом, здесь можно говорить о том, что именно язык навязывает человеку определенное видение мира.

Языковая реальность как форма выражения интерсубъективного опыта всё более вторгается в жизненный мир человека. Языковая реальность порождает новый тип коммуникативного поведения – языковое взаимодействие, новые формы координации поведения человека, новые механизмы управления. Ведь нет более эффективного средства формирования человека, как через язык.

Свою культуру, непосредственно связанную с языком, каждый язык выражает более полно, чем другие языки. Именно в языке находит свое точное выражение весь опыт его народа. Найти языковые аналогии тем или иным понятиям этноса в другом языке часто просто невозможно. Следует отметить, что взаимодействие языков социально и культурно, проявляется, прежде всего, посредством социально и культурно значимых норм общения, оценок, коммуникативных сфер. Целью этого взаимодействия является передача смысловой и оценочной информации от одного социума к другому, от одной культуры к другой. Для В. Гумбольдта язык был как вечно меняющееся историческое явление, непосредственно взаимосвязанное с духом народа. Языковой процесс объяснялся им в контексте сознания, культуры и социальной действительности. Он признавал воздействие силы духа с помощью языка на развитие человека, культуры, образования, цивилизации и просвещения.

Знание соответствующего языка, знание норм и правил иноязычной культуры необходимо, чтобы поддерживать разнообразные и многоуровневые контакты и формы общения. Каждый участник международной коммуникации быстро осознает, что одного владения иностранным языком недостаточно для полноценного межкультурного взаимопонимания. Он осознает, что требуется знание самого процесса общения, чтобы прогнозировать и предвидеть возможности неверного понимания партнеров и избежать его. Одной из важнейших сторон развития современного общества становится человеческое взаимопонимание. Для современного человека характерна нарастающая потребность в полноценном общении, стремление «быть наилучшим образом, понятым и оцененным окружающими».

Общение является основным средством достижения взаимопонимания людей. В процессе общения люди проявляют себя, раскрывают все свои качества. В общении человек усваивает общечеловеческий опыт, исторически сложившиеся общественные нормы, знания, ценности, способы деятельности, формируясь, таким образом, как носитель культуры, как личность.

Непохожесть людей друг на друга создает благоприятные условия для обретения человеком новых навыков и способностей, совершенствования уже имеющихся. С другой стороны, чем больше различий в характеристиках, воспитании, образовании и уровне культуры у взаимодействующих партнеров, тем больше возможностей для возникновения между ними конфликтов и противоречий. Для того чтобы предотвратить это, люди должны владеть разнообразным арсеналом форм и средств культурного общения, также основами психологических знаний о поведении партнеров по общению.

Таким образом, межкультурная коммуникация - сложный, многогранный процесс установления и развития контактов между равноправными партнерами, которое порождается потребностями совместного взаимопонимания и приводящий к сотрудничеству партнеров. Готовность к эффективной межкультурной коммуникации является сегодня необходимым профессиональным качеством специалиста, которое обеспечивает ему установление паритетного сотрудничества и конструктивное решение проблем. Эффективная межкультурная коммуникация, в свою очередь, достигается доброжелательным отношением к человеку, способному на понимание других и взаимодействие с ними.

ЛИТЕРАТУРА

1. Колшанский Г. В. Лингвокоммуникативные аспекты речевого общения / Г. В. Колшанский: 1985. – № 1. – С. 12–16.
2. Введение в теорию межкультурной коммуникации/ А.П. Садохин. - М.: Выш. шк., 2005.
3. Философский Энциклопедический словарь. – М.: «Советская энциклопедия», 1983. с.269.
4. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. - М., 2000.
5. Песина С.А. Слово в когнитивном аспекте: монография / С.А. Песина. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. – 344 с

УДК 81.271.2

Kalieva M.B

“Speciality 5B021000- Foreign Philology”

Almaty, Kazakhstan

e-mail: milkalieva05@gmail.com

Scientific supervisor:

Dzhusakinova Sh.K.

Candidate Philological Sciences, senior teacher

ACTUAL PROBLEMS OF SPEECH CULTURE IN MODERN SOCIETY

The article is devoted to the study of topical problems of speech culture in modern society. This article deals with the relationship between the concepts of culture and culture of speech. About the main phenomena that have a negative

impact on the language and culture of speech in modern society. All these phenomena are analyzed and supplemented with examples. The main signs of violation of the speech culture of modern society are revealed. The ways of improving speech culture have been studied.

Keywords: a culture of speech, speech, modern society, actual problems, language, culture.

Калиева М.Б

Специальность «5B021000- Иностранный язык»

Алматы, Казахстан

e-mail: milkaliyeva05@gmail.com

Научный руководитель:

Джусакинова Ш.К., к. ф. н., ст. преп.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Статья посвящена изучению актуальных проблем культуры речи в современном обществе. В данной статье речь идет о взаимосвязи понятий культуры и культуры речи. Об основных явлениях оказывающих негативное влияние на язык и культуру речи современного общества. Все эти явления проанализированы и дополнены примерами. Выявлены основные признаки нарушения культуры речи современного общества. Изучены способы повышения речевой культуры.

Ключевые слова: культура речи, речь, современное общество, актуальные проблемы, язык, культура.

Прежде чем говорить об актуальных проблемах культуры речи, необходимо раскрыть понятия «культура» и «культура речи». Совокупность достижений человеческого общества в общественной и духовной деятельности называется культурой.

В настоящее время в современном мире существует немало насущных проблем. Одной из важных проблем является культура речи. Культура речи - это прежде всего, духовная культура человека и уровень его общего развития, как личности. [1] Культура речи связана с культурой общения. Речь является одним из важнейших средств общения. В результате общения с человеком мы понимаем кто перед нами: вежливый или грубый, эмоциональный или сдержанный человек. Речь это отражение мыслей самого человека. [2]

Проблемы культуры речи существовали всегда. Язык современного общества нуждается в защите. В наши дни речевая культура, испытывает сильнейший натиск иностранных слов, сленга, жаргонов. В особенности это заметно в среде современной молодежи.

Основные явления оказывающие негативное влияние на язык и культуру речи это:

1. Влияние Интернета и СМИ.

Развитие информационных технологий оказывает огромное значение на функционирование общества. Благодаря глобальной сети интернета, циркуляция информации становится более динамичной. Большинство жаргонных слов и выражений повсеместно входят в нашу речь не только из мировой паутины, но и из средств массовой информации: телевидения, радио, журналов, газет. [3] К примеру, во многих популярных сериалах, в речи героев можно услышать такие выражения как: «пипец», «беспонтовый», «симпотный» и т.д. Таким образом, у современного общества складывается такое впечатление, что высказываться «плохо» можно, потому что так говорят многие известные и популярные личности. Подобные слова употребляются не только на телевидении но и в газетах. Представители СМИ в стремлении привлечь внимание, не задумываются над тем что, оказывают огромное влияние на речевую культуру современного общества.

2. Иноязычные заимствования.

Проблема состоит в том, что в современном обществе утрачивается мера заимствования слов. В результате процессов глобализации, английский язык становится доступным большему кругу людей. Все чаще в лексиконе современной молодежи можно заметить что русские слова заменяют английскими. К примеру, русское слово «просто», заменяют английским словом «easy», «сорян» (от англ. sorry) вместо «извини».

3. Проблема активизации нецензурной лексики в современной речи.

Новые условия функционирования языка, появление большого количества неподготовленных публичных выступлений приводят не только к демократизации речи, но и к резкому снижению ее культуры. К примеру, речь работников телевидения, радио. Таким образом, такой процесс можно назвать «вульгаризацией». [4]

В наши дни очень мало людей которые разговаривают правильной речью. Основными признаками нарушения культуры речи являются:[5]

- Упрощение речи.
- Употребление жаргонных слов.
- Сокращение слов во время переписки.
- Наличие сленговых слов.
- Трансляция по телевидению неправильной речи.
- Использование в повседневной речи иностранных слов.

К способам повышения речевой культуры общества можно отнести:[6]

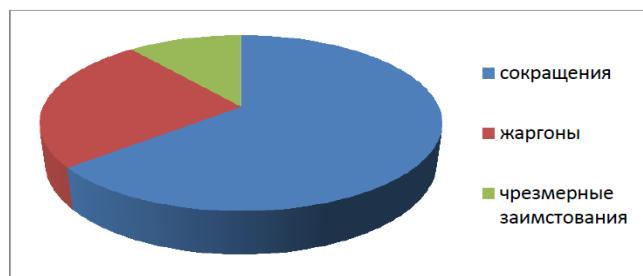
- Регулярное чтение классической литературы.
- Практика говорения (ведение переговоров, участие в различных беседах, выступлениях).
- Обогащение словарного запаса.
- Развитие речевого слуха.
- Приобретение новых знаний из различных областей науки.
- Расширение лингвистического кругозора.

1. Анализ анкетирования опрошенных.

В ходе работы над данной темой проведено исследование с помощью анкетирования, в котором приняли участие 20 человек. Проводя такой анализ можно увидеть что чаще всего используют в своей речи люди. Жаргоны, сокращения или же чрезмерные заимствования. На первый вопрос данной анкеты 10 человек опрошенных указали, что используют часто в своей речи сокращения. Наиболее употребляемыми оказались такие слова как: гос-во вместо государство, и т.д – и так далее, а также многие другие сокращения. 5 человек опрошенных часто в своей речи используют жаргоны. Такие как: «крутой» - «модный», «магазин» - «магазин», «баскет» - «баскетбол», «тачка» - «автомобиль». 5 опрошенных используют заимствования и с английского языка. Наиболее употребляемые такие слова как: ок(в значении- все хорошо), изи(от англ. – easy- легко), чекать(от англ.check- проверять). Главным параметром использования чрезмерных заимствований у опрошенных является желание разнообразить свою речь, желание выглядеть современно.

Анализ был проведен Калиевой М.Б.

18.01.2021.

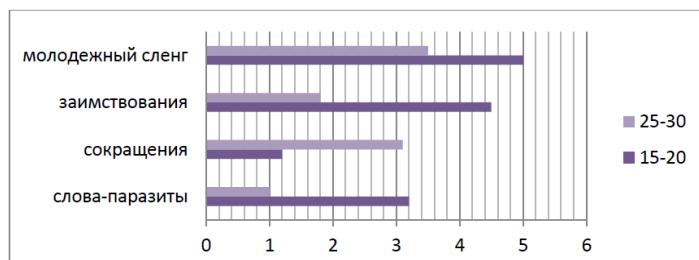


2. Анализ изменения культуры речи по возрастам.

Еще одно исследование в виде диаграммы показывает как культура речи меняется по возрастам. В возрасте от 15 до 20 молодежь часто использует в своей речи при общении слова- паразиты, сокращения чаще всего можно наблюдать у людей от 25 до 30. Заимствования и соответственно молодежный сленг можно наблюдать среди молодежи от 15 до 20 лет. Люди в возрасте от 25-30, не часто используют слова – паразиты и заимствования, тем временем у молодежи это явление наблюдается чаще.

Анализ был проведен Калиевой М.Б.

18.01.2021.



Подводя итог можно сказать что культура речи важна для каждого современного человека. Современный человек должен внимательно относиться к своей речи. Речь человека была и остается основным способом коммуникации. Человек должен помнить о том, что важно не только то что он говорит, но и то как он говорит. Для общения с другими людьми крайне необходимо поддерживать культуру речи. Культура речи человека делает общение более легким и свободным. Высокий уровень культуры это неотъемлемая черта культурного человека. Культура речи это основа культуры личности. Именно речевая культура человека выполняет одну из главных ролей в межличностных отношениях. Уровень культуры речи отображает образ жизни самого человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. <https://www.nado5.ru/e-book/kultura-rechi>
2. Воронцова Т.А.. Культура речи. Учебное пособие.2011.- 141 с.. 2011
3. <https://poisk-ru.ru/s793t3.html>
4. <http://wikipedia-info.ru/tag/vulgarizaciya-vikipediya/>
5. <https://xn--h1aa0abgczd7be.xn--p1ai/blog/lichnoe-mnenie/kultura-rechi-v-sovremennom-obshestve/>
6. <https://nsportal.ru/shkola/russkiy-yazyk/library/2019/08/23/sposoby-povysheniya-rechevoy-kultury-obshchestva>
7. Кротовская М.А. Сленг как часть разговорного английского / М.А. Кротовская // Материалы межвузовской научно-практической конференции Факультета иностранных языков Академии ФСБ «Современные теории и методы обучения иностранным языкам в ВУЗе. - М., 2013. - С. 58-67.

УДК 81»27

Кемелбекова А.Ж.,

1 курс, Бакалавр иностранной филологии КазУМОиМЯ имени
Абылайхана, Алматы, Казахстан
e-mail:alua.kemelbekova@mail.ru

ВИДЕОКОНТЕНТЫ КАК ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО ОВЛАДЕНИЯ ИНОЯЗЫЧНЫМ ОБЩЕНИЕМ

Данная статья посвящена проблеме использования видеоконтентов в овладении иноязычным общением учащимися общеобразовательных школ. Актуальность выбранной темы объясняется тем, что в настоящее время учитель, использующий на своих уроках различные мультимедийные и аутентичные материалы, такие как Интернет-ресурсы, видео, компьютерные программы и другие новые технологии, имеет преимущество перед педагогом, работающим по старой традиционной схеме, и соответственно считается более квалифицированным специалистом.

Ключевые слова: иноязычное образование, овладение иноязычным общением, инновационные технологии, видеоконтент, межкультурная коммуникативная компетенция, мотивация.

Кемелбекова А.Ж.,

1 курс, Шетел филологиясының бакалавры, Абылай хан атындағы
ҚазХҚжӘТУ, Алматы, Қазақстан
e-mail: alua.kemelbekova@mail.ru

БЕЙНЕ МАЗМУН ШЕТ-ТІЛДІК ҚАРЫМ-ҚАТЫНАСТЫ МЕНГЕРУДІҢ ТИІМДІ ҚҰРАЛЫ

Бұл ғылыми мақала жалпы білім беретін мектеп окушыларының шет тілін менгерудегі бейне мазмұндарды пайдалану мәселесіне арналған. Қазіргі танда сабак үстінде көбінесе мультимедиялық және шынайы материалдар, онын ішінде ғаламтор, бейне материалдар, компьютерлік бағдарламалар, және басқа да жаңа технологиялар қолданатын мұғалімдер, ескі дәстүрлі жолмен жұмыс істейтін мұғалімдерден бір саты жоғары тұрады, және де білікті маман болып есептеледі.

Тірек сездер: шет тілді білім, шет тілді менгеру, инновациялық технологиялар, бейне мазмұн, мәдениетаралық коммуникативтік компетенция, мотивация, мотив

Соңғы онжылдықтар көптеген әлеуметтік қайта құрулармен қатар шет тілдік қатынасты менгеру саласындағы түбебейлі өзгерістермен сипатталды. Қазіргі заманғы постиндустриалды қоғам жағдайында және жаһандану үдерістерінің тереңдеуі, көптеген әлеуметтік жүйелермен бірге әлемдік қоғамдастықта жетістіктерге жетудің негізгі шарты білім беру жүйесінің озық дамуы болды, инновациялық жаңғыру мақсатында ұлттық кәсіптік білім беру жүйелері өз өнімдерінің сапасы мен бәсекеге қабілеттілігін, оның қазіргі заманғы әлемдік нарықтың қажеттіліктеріне сәйкес келуін қамтамасыз етті. [1, б.6]. Шет тілінде сабак өткізуіндің қазіргі жағдайлары мен заманауи білім беру жүйесі білім беру үдерісіне шет тілдерін

менгерудің жаңа жетістіктері мен технологияларын енгізуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, қазіргі заманғы мектепте шет тілдерін оқып-үйрену саласындағы соңғы жаңартулар мұғалімдерге пәнді оқыту әдістемесін дербес құруға, оку құралдары мен басқа да технологияларды өз бетімен таңдауға құқық пен мүмкіндік беретін жағдай туғызды. Сондықтан мұғалім әр түрлі әдістемелік жүйелердің ішінен педагогикалық процеске қатысушылардың барлығының белсенділігін ескере отырып, қазіргі заманғы педагогикалық талаптарға және шет тілдік қатынасты игеру шарттарына барынша сай келетінін таңдап алату керек.

Қазіргі заманғы білім беру жүйесінде шетел тілі ерекше орын алады және өзінің әлеуметтік және дамытушылық қызметтеріне байланысты қоршаған әлеммен байланыс пен қабылдаудың маңызды құралы болып табылады. Әлемде жаңа білім беру жағдайының пайда болуы тілдік дайындық пен адамның интеллектуалды белсенділігінің жоғары деңгейін қажет етеді. Шет тілін білу адамның қогамдағы мәртебесін арттырады, кәсіби бәсекеге қабілеттілігін арттырады және оның жеке қасиеттері мен дағдыларын одан әрі дамытуға ықпал етеді. Шындығында кез-келген шет тілін әртүрлі жағдайда окуға болады, бірақ қазіргі білім беру жүйесі оқытушылардың белгілі бір құзыреттіліктері мен дағдыларын дамытуға бағытталған шет тілдерін оқытудағы ең жаңа әдістер мен тәсілдерді жүзеге асыруға қолайлы жағдай жасайды. Қазіргі білім беру үдерісі жағдайында балалардың бойында жаңа білімді алуға деген ұмтылыс, өмір сүру кеңістігін кеңейтудегі шет тілінің құндылығы туралы түсінік пен шет тілдік қарым-қатынас ортасына бейімделу қабілетін дамыту қажет.

Шетелдік қарым-қатынасты менгерудің тиімділігі окушының жеке, психологиялық және жас ерекшеліктерін, жеке қасиеттері мен дағдыларын, сондай-ақ жасырын амбициясы мен таланттын ескере отырып анықталауды. Басқаша айтқанда, шет тілін ойдағыдан менгеру мотивация мен ерік-жігердің болуы маңызды болмайтын тұлға дамуының интеллектуалды ерекшеліктеріне байланысты.

Мемлекеттік білім беру стандартында шет тілдік қарым-қатынасты менгеру шет тілдерін оқытудың басты мақсаты болып табылады, оның барысында окушы кем дегенде сөйлеу, тыңдау, жазуда бастауыш деңгейде болуы және оқуда коммуникативті құзыреттілікке ие болуы керек. Білім беру процесінде шетел тілінің дағдыларын қалыптастыру мен дамыту сөйлеу әрекетінің барлық түрлерін толық интеграциялауға дейін жүзеге асырылады. Студенттер өнімді дағдыларды игеруі керек, сонымен қатар стандартты қарым-қатынас жағдайында нақты қарым-қатынас мәселелерін шешкен кезде әр түрлі және оқытылатын тілдік материалды сөйлеу кезінде үйлестіре білуі керек.

Л.С. Выготскийдің қорытындылары бойынша шетел тілін менгеру, өзінің ана тілінен ерекшеленеді және оған қарсы бағытта жүреді. Ана тілі бейсаналық және байқаусызыда алынады, «... ал шет тілі - сана мен ниеттен басталады. Сондықтан ана тілінің дамуы тәменнен жоғарыға қарай, ал шет тілінің дамуы жоғарыдан тәменге қарай жүреді деп айта аламыз ». Сондықтан, шет тілін менгеру кезінде, адам ойды тұжырымдай отырып, оның тұжырымдамасының формасы туралы емес, оның мазмұны туралы ойланғанына қарамастан, тілдің мағыналық табиғатын түсініп, ойды қалыптастыру мен білдіру тәсілдерін және шет тілдерін терең түсіну өте маңызды. [2, б. 14-37].

Студенттерді өздері оқып жатқан елдің мәдени құндылықтарымен таныстыру да маңызды екені сөзсіз. Бұл жағдайда бай аймақтық географиялық акпараты бар иллюстрацияланған оқулықтардың, сондай-ақ көптеген шынайы және мультимедиялық материалдардың, оның ішінде бейнені қолданудың маңызы зор, олардың қолданылуы окушылардың коммуникативті жақсаруына, окудың даралануына және сөйлеу белсенділігі мотивінің дамуына ықпал етеді. Бейнематериалдарды пайдалану акпаратты жеке қабылдауды қалыптастыруға да әсер ететінін және окушының ақыл-ой белсенділігінің дамуына ықпал ететіндігін атап өткен жөн. Бейнематериалдарды пайдаланудың соңғы және маңызды артықшылығы – окушылардың өз ойларымен бөлісуіне және сынни талдаулар жасауына мүмкіндік беретін эмоционалды әсер мен көрген нәрселерден алған әсерлері, сол арқылы шет тілдік қатынасты менгерудегі сөйлеу және есту қабілеттерін дамытады. Осылан байланысты шет тілдері мұғаліміне білім беру көздеріне шексіз қол жеткізуді қамтамасыз ететін оқытудың заманауи ақпараттық технологияларын қолдану ұсынылады. Менің ойымша, видео материалдар - ұл окушылардың назарын белсендіретін және тыңдау мен сөйлеу дағдыларын жетілдіруге ықпал ететін оқу әрекетінің бір түрі. Бірнеше компоненттердің біріктіре отырып, тілді үйрену мүмкіндіктері: тыңдау және бейнелеу қызметі, түптең келгенде контекстті қамтамасыз етеді; сонымен қатар студенттерге ауызша емес сөйлеудің әртүрлі түрлерімен, аударма тіліндегі елдің қарым-қатынас дәстүрлері мен мәдениеттерімен танысу жағдайына тұсуге мүмкіндік береді. Бірақ, ең бастысы, студенттер видеохабарлар арқылы ана тілінде сөйлейтіндердің тірі сөйлеуін көреді, естиді және қабылдайды [3, б.23-539].

Шетел тілін оқытудағы «бейне» термині бейнематериалда теледидарлық бағдарламаларды білім беру мақсатында ойнауды, бейнежазбаларды көруді және сабакта бейнежазбаны бейнебақылау камерасында сабакта окушылардың оқу іс-әрекетінде жазып, содан кейін ойнатуды білдіреді.

Бейне жазбалар келесі түрлерге бөлінеді: 1) арнайы білім беру мақсатында фильмдер мен бағдарламаларды бейнежазбаға түсіру; 2) теледидарлық бағдарламалар мен көркем фильмдерді видеога түсіру; 3) әр түрлі мамандықтардағы бағдарламалардың бейнежазбасы; окушылардың өздері жасаған бейнероликтер.

Бейне жазбалар қызығушылықты оягады, үлгі-өнеге береді (сөйлеу және; белгілі бір қарым-қатынас жағдайындағы мінез-құлыш), студенттердің аударма тілінің елі туралы білімдерін көнектеді, сонымен қатар өздері, олардың өмірлік жағдайлары мен қызығушылықтары туралы мәлімдемелерді өте ынталандырады және талқылауға тамаша материал ұсынады.

Көптеген зерттеушілердің пікірі бойынша, шет тілдерін оқытуда бейне технологияларды қолдану аясы әдеттен тыс кең: оларды студенттерді жаңа оқу материалдарымен таныстыру үшін, сонымен қатар өзіндік жұмыс үшін тиімді пайдалануға болады. Біріншіден, бейне окушыларға ана тілінде сөйлейтіндер мен сол тілде сөйлейтіндерді тыңдауға мүмкіндік береді. Екіншіден, видео іс-әрекеттегі ауызша қарым-қатынасты көрсетеді, сонымен қатар сөйлеу мәдениетінің сөзбен сипаттауға қыын элементтерін көрсетуге көмектеседі. Ушіншіден, бейнені кез-келген білім деңгейінде қолдануға болады (4, 6-11 б.). Осыдан шығатыны, бейнені қолданудың басқа оқу құралдарына қарағанда артықшылығы бар: бейнені пайдалану оқушының да, мұғалімнің де уақытын тиімді пайдалануға мүмкіндік береді; контекст арқылы оқуға мүмкіндік береді және тілді үйренуге онтайлды жағдай жасайды.

Видео технологияларды қолдану студенттердің шеттілін білу деңгейін халықаралық стандарттардың заманауи талаптарына дейін көтеруге өзекті мәселені шешүге көмектесетіні сөзсіз. Видеотехнологияларды қолдану негізінде студенттердің шығармашылық дамуына, атап айтқанда, киялын, сынни ойлауын дамыту және қалыптасқан өмірлік жағдайларды болжау үшін үлкен басымдықтар ашылып отырғанын мойындау керек.

Алайда, жақында студенттердің шет тілдерін үйренуге деген қызығушылығын төмendetудің қауіпті тенденциясы байқалуда. Балалардың көпшілігінде сабактан тыс уақытта алған білімдерін іс жүзінде қолдану мүмкіндігі болмағандықтан, оны менгеру көбінесе фонетика мен грамматика ережелерін құр жаттауға айналады. Сондықтан, мен осы жерде бір терминді көтеру үшін жаңа ақпараттық технологияларды қолдануға ықпал ететін мотивация тұжырымдамасын ерекше атап еткім келеді. Адамның мінез-құлқындағы мотивациялық сәттерді түсіндіру үшін қолданылатын барлық ұғымдардың ішіндегі ең жалпы және негізгілері - **мотивация және мотив ұғымдары**.

Мотивация деп адамның мінез-құлқын, оның басталуын, бағыты мен белсенділігін түсіндіретін психологиялық себептердің жиынтығы ретінде анықтауға болады. Біз мотивті мінез-құлыш әрекетін жасауға ынталандыру ретінде, жүйенің адамның қажеттіліктерінің өнімі ретінде және әр түрлі дәрежеде, оның саналы немесе бейсаналық түрімен түсіндіре аламыз [2, б. 52]. Бейне мазмұн - бұл мотивацияны арттырудың және мәдениетаралық коммуникацияның тиімді құралдарының бірі.

Қазіргі таңда бейнелерді пайдалана отырып құрылған көптеген ресурстар, сайттар бар. Бұл сайттар әртүрлі тілде сөйлеушілердің бір-біріне оларды үйренуге көмектесу үшін арнайы жасалған. Бұл сайттарда ұсынылған материалдар біздің окулықтардан әлдекайда қызық. Бұл бейнелерде сол тілді қолданушылар, сол тілді жетік менгерген сөйлеушілермен бірге менгереді. Сонымен қатар, талқылауға арналған әр түрлі тақырыптар мен мәселелер диалогты сақтау қабілетін және пікірталастарға жетекшілік етуге ықпал етеді.

Осындай ресурстардың бірі - «Бусуу» халықаралық қауымдастыры.

Busuu - шет тілдерін үйренуге бағытталған халықаралық білім беру жобасы. Жоба сізге шынымен тәжірибе жасауға мүмкіндік береді. Барлығы 80 миллионнан астам тыңдаушылары мен қолданушылары бар. Онлайн курстар

Қытай, араб және жапон тілдерін қосқанда, басқа тілдегі әлеуметтік желілерде табу мүмкін емес 12 тілде веб-нұсқасы және мобильді қосымша бар. Сайтта ұсынылған материалдар сөйлеу дағдыларын жетілдіруге ықпал ету: оқу, жазу, тыңдау және сөйлеу. Әр сабак белгілі бір тақырыпқа арналған, пайдаланушыға қажетті сөздер мен сөз тіркестерінің сөздігі, өткен материалды бекітуге арналған жазбаша жаттығулар жиынтығы, білім сынағы және міндетті диалог. Сайтта ұсынылған материалдардың көпшілігі ақысыз. Егер егер сіз бейне сабактарға қол жеткізгіңіз келсе немесе сізге курсты аяқтағаны туралы сертификат қажет болса, мұны сатып алу арқылы жасауға болады-премиум-шот. Жоғарыда

аталған тілдерге қосымша мұнда сіз ағылшын, орыс, француз, итальян, неміс, испан, түрік, поляк тілдерін үйрене аласыз.

Duolingo.com - бұл 2011 жылы басталған ақысыз халықаралық тілдік желі. Оқыту жүйесі қызықты сабактар түрінде салынған, оқушылардың алға жылжуына қарай ойын элементтерін қолдану, веб-сайттарды, мақалаларды және т.б. аударуға көмектесу.

Duolingo-да веб-жобадан басқа мобиЛЬДІ қосымша бар. Қосулы Duolingo ең танымал европалық тілдерді ғана емес, мысалы, ағылшын, неміс және француз, сонымен қатар испан және швед курстарын келесі жылы бастау жоспарланып отыр. Қазіргі уақыттан бастап Duolingo бағдарламасын мектеп мұғалімдері кеңінен қолданады.

Babbel.com - бұл Германияда 2008 жылы құрылған әлеуметтік желі,

14 тілді (оның ішінде орыс тілін) окуға мүмкіндік береді. Мақсаты - тілді меңгеру деңгейі бар студенттер және жаңадан бастаушылармен жұмыс жасау. Сонымен қатар, маркетинг саласында шет тілін білуге мүмкіндік бар, жарнама және PR және т.б., әр курс қысқа сабактардан тұрады, олар өз кезегінде жаңа сөздер мен сөз тіркестерін, оларды жаттауға арналған жаттыгулар мен грамматиканы қытады. Қайталау менеджері сіздің сөздік қорынызды машықтандыруға көмектеседі. МобиЛЬДІ қосымша белсенді қолданылады, желіден тыс жұмыс істеуге мүмкіндік бар.

Es.cooffee.com - тіл алмасуға және тілге арналған қызықтыойындар. Бұл сайт ойнауға арналған бірнеше тілдік ойындарды желі арқылы ойнауға ұсынылады. Мақсаты - ұсынылған сөздерден дұрыс фраза немесе сөз тіркесін жасау. Сайтта 183 тіл бар.

Conversationexchange.com - осы ресурстың арқасында сіз басқа қолданушылармен сөйлесуге көремет мүмкіндік аласыз, шет тілін білу деңгейін көтеру және басқалармен қатар аударма тілі елінің мәдениетімен танысу. Skype пайдалану арқылы өтеді. Сіз «өзара алмасу» арқылы жұмыс жасайсыз, яғни, із әрі студентсіз, әрі оқытушысыз, әңгімелесушіге жаңа шетел тілін менгеруге, ал ол сізге көмектесесіздер.

FluentU - теледидардан, бейнеклиптерден, мультфильмдерден және басқалардан үйренуге арналған, бейнематериалдар коры өте үлкен. Сіз кез келген уақытта бұл бейнелерді көре аласыз. Белгілі бір сөзге батырма басып, ол сөзben толықтай таныса алу мүмкіндігі туындейды. Мұндағы оқыту әдістері толығымен сізге байланысты. Жалпы сайтта оқыту үшін 12 тіл ұсынылған.

Speaky.com - тілге арналған келесі әлеуметтік желі, практикалық түрде. Сайт 2014 жылы жасалып, алғаш рет «Gospooky» деп аталды. Ол кейіннен Speaky болып өзгертілді. Чатта осы платформаны басқалардан ерекшелендіретін екі деталь бар: «кеңестер» және «түзетулер». Түзетулер жазылған хабарламаны сіз немесе сіздің сұхбаттасуышыңыз түзетуге мүмкіндік береді. Осыдан кейін екі нұсқа көрсетіледі: көте (түзетуден бұрын) және дұрыс (түзетілген).

English, Baby! Бұл американдық ауызекі ағылшын тілін оқытуға арналған әлеуметтік желі және онлайн курс. Бұл қызметтің 1,6 миллионнан астам абоненті бар, бұл оны ең ірі және студенттерге де, оқытушыларға да ағылшын тілін үйренуге арналған табысты онлайн-қауымдастықтар. Өте танымал «ағылшын, балақай!» қолданушыларының шамамен төрттен бірі тұратын Қытайды. Кең қызығушылық АҚШ, Бразилия, Турция, Египет сияқты басқа елдерде көрінеді. «Ағылшын, балақай!» бірнеше мың дайын ағылшын сабактарын қамтиды. Сайтта ұсынылған бейнелерде танымал актерлер, музиканттар мен спортшылар мұны қалай қолдану көректігін нақты түсіндіреді. Бейне оқулықтар әр түрлі стилде түсірілді, мысалы сериал немесе реалити-шоудың стилі және аудио сабактар негізделеді,

отандық ағылшын актерлерінің орындауындағы қазіргі өмірден эскиздер алынады. Сабактарға ағылшын грамматикасын үйрену, тест тапсырмалары және сөздік корын құру кіреді. Бұл платформа тек шет тілін үйренушілер үшін ғана емес, сонымен қатар мұғалімдер үшін де ағылшын тілі сабағын өзініз құруға немесе өз сабактарында пайдалануға мүмкіндік береді.

Memrise - ең көп қолданатын бірегей әлеуметтік желі пайдаланушыларға ақпаратты басқаларға қарағанда тез және тиімді есте сактауға көмектесетін жетілдірілген мнемотехника әдісі. Студенттер қазірдің өзінде қол жетімді курстарды пайдалана алады веб-сайтты (және олардың саны 6 мыңнан асады) өзініз жасаңыз.

Мұндай әлеуметтік желілер білім беру процесінде өте жақсы көмекші болып табылады, ал мұғалім өз оқушыларының жұмысын сыныпта немесе сабактан тыс уақытта ғана ұйымдастыра алады. Шетел тілін үйренуде тілдік әлеуметтік желілерді қолдану оку үдерісін әртаратандыруға, оны қызықты етуге көмектеседі.

Сонымен, қазіргі кезде мұғалімдердің алдында қазіргі заманғы шет тілдік білім беру моделін құрудың басты міндеті тұр, өйткені қазіргі кездегі сабактарды ұйымдастыру мен өткізуінді шарттары білім

беру жүйесін жетілдірудің жаңа әдістері мен тәсілдерін енгізуге мүмкіндік береді. Осыған байланысты тек шет тілін білу ғана алдыңғы орынға шықпайды.Оны түсіну және тілді үйрену барысында алған біліктер мен дағдыларды күнделікті өмірде қолдана білу.Сондықтан қазіргі кезде әлемдік стандарттар біздің жылдам өзгеріп жатқан әлеміміз бен қазіргі әлеуметтік-экономикалық ортаға бейімделе алатын білімді, ойлаушы және шығармашылықпен дамыған тұлғаны дайындауға бағытталған.

ӘДЕБІЕТ

1. Кунанбаева С.С. Компетентностное моделирование профессионального иноязычного образования. - Алматы: Полиграфсервис, 2014. -С. 6.
2. Зимняя И.А. Психология обучения иностранным языкам в школе. М.: Просвещение, 1991.-С. 14-52.
3. Носенко Э.Л. Применение информационных технологий в образовании.- М- Просвещение, 1994.-С. 23-39.
4. Соловова Е.Н. Использование видео на уроках иностранного языка // ELT NEWS & VIEWS № 1 март 2003.-С. 2, Smith P. Video, Computers, and U.S. Language Education/ Language Acquisition Center.-University of Texas of Arlington, 1995.-С. 6-11.
5. Кунанбаева С.С. Теория и практика современного иноязычного образования.-Алматы Дом печати Эдельвейс, 2010.-С. 51.

УДК 808.5

Kulagina V.A.,

English philology of Ablaikhan

Bachelor degree, Almaty, Kazakhstan

e-mail: 1222225@mail.ru

EXPRESSION OF EMOTIONS THROUGH VOICE, EMOTIONAL EXPRESSIVENESS AND EXPRESSIVENESS OF SPEECH IN LIFE AND IN THE POLITICAL SPHERE

The article discusses the conceptual foundations of the study of the expression of emotions through the voice, the change in the human voice under the influence of various emotions, linguistic means, political rhetoric, the role of political communication in the development of economic, political, cultural relations of the entire world community.

Key words: political speech, speech impact, emotional component, pseudo-emotional and proper emotional components, emotionality and expressiveness of political speeches.

Кулагина В.А.,

Иностранная филология

КазУМОиМЯ, Алматы , Казахстан

e-mail: 1222225@mail.ru

ВЫРАЖЕНИЕ ЭМОЦИЙ ПОСРЕДСТВОМ ГОЛОСА, ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТЬ И ЭКСПРЕССИВНОСТЬ РЕЧИ В ЖИЗНИ И В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

В статье рассматриваются концептуальные основы исследования выражения эмоций посредством голоса, изменение человеческого голоса под влиянием различных эмоций, лингвистические средства, политическая риторика, роль политической коммуникации в развитии экономических, политических, культурных взаимоотношений всего мирового сообщества.

Ключевые слова: политическая речь, речевое воздействие, эмоциональный компонент, псевдоэмоциональная и собственно эмоциональная составляющие, эмоциональность и экспрессивность политических выступлений.

Не зря говорят «слово не воробей» — всё, что мы говорим и пишем в публичном пространстве, создает о нас определенный образ и транслирует определенные эмоции, которые могут повлиять на имидж человека. При воздействии на эмоциональную сферу аудитории ораторы используют структуры, деформированные относительно нейтрального ядерного предложения и реализуемые в состоянии эмоционального напряжения. В статье выделяются и описываются специфические выражения эмоций, лингвистические конструкции, эмоциональный компонент и его имитационную и собственно эмоциональную составляющие в политической речи.

Исследования выражения эмоций посредством голоса было начато в позапрошлом веке естествоиспытателями, учеными, наблюдающими за поведением человека и животных. Изменение человеческого голоса под влиянием эмоций обсуждалось в книге Чарльза Дарвина «Выражение Эмоций». Чарльз Дарвин в своих наблюдениях подчеркнул сходства между выражением эмоций у человека и животных, хотя и отметил, что его наблюдения (второй половины 19-го века) не могут пролить свет на все вопросы, связанные с передачей эмоций с помощью голоса. Сам исследователь использовал сравнения

между поведением животных, птиц, человека, считая последнего неотъемлемой частью животного мира. Привожу любопытный отрывок из вышеупомянутой книги «The expression of the emotions in man and animals» (London: John Murray, 1872, стр. 85-94). Данний текст, содержит некоторые наблюдения, мнения и размышления Спенсера, Литчфилда и самого Дарвина об эмоциях человека и животных, а также выражении эмоций с помощью голоса. Удивляет актуальность наблюдений исследователей позапрошлого века в отношении вопросов, не получивших достойного объяснения по сей день. То, как меняется человеческий голос под влиянием различных эмоций, было подробно описано г-ном Гербертом Спенсером в его интересном эссе о происхождении музыки. Он ясно показывает, что человеческий голос может меняться по громкости и по качеству- то есть, по резонансу, тембру, высоте звука и по длительности пауз в зависимости от ситуации. Слушая эмоциональную речь успешного оратора или проповедника, или речь человека сердитого или удивленного, поражаешься правдивости замечаний г-на Спенсера. Любопытно, что речь становится эмоционально выразительной в раннем детстве. Разговаривая со своим младшим полуторагодовалым сыном, я почувствовал, что он соглашается со мной радостным, а отказывается решительным тоном голоса. Далее в своей работе, г-н Спенсер, показывает, что эмоционально выразительная речь во многом похожа на мелодию голоса, имеет много общего с вокально-инструментальной музыкой. Г-н Спенсер пытается объяснить этот феномен физиологией, основываясь на законе, что эмоции являются стимулом для сокращения мышц. Но объяснения г-на Спенсера кажутся мне слишком общими и неопределенными, чтобы пролить свет на разницу (исключая громкость) между обычной речью, эмоциональной речью или пением. Тем не менее, заметки Спенсера о голосе очень интересны, в независимости оттого, полагаем ли мы, что параметры голоса меняются в зависимости от сильных чувств, и что эти качества впоследствии нашли отражение в вокальной музыке. Либо мы верим в то, что прародители человека произносили музыкальные звуки при ухаживании, и таким образом возникла связь с самыми сильными эмоциями, на которые были способны предки человека, а именно, горячая любовь, конкуренция и триумф победы. Всем известно, что животные, способны издавать мелодичные звуки каждый день мы можем слышать пение птиц. Интересен тот факт, что обезьяна-гиббон, воспроизводит своим голосом точную октаву, мелодично повышая и понижая голос полутонами. Иными словами, можно сказать, что обезьяна, одна из грубых млекопитающих, поет. На основе этого факта и принимая во внимание схожесть с поведением других животных, я сделал вывод о том, что мелодичность изменения тона голоса появилась у прародителей человека, вероятно, прежде членораздельной речи. Следовательно, когда голос выражает любые сильные эмоции, он принимает, по закону ассоциации, музыкальный мелодичный характер. У некоторых низших животных самцы используют свой голос для того, чтобы доставить удовольствие самкам. Мы можем наблюдать, что самцы животных испытывают удовольствие во время использования своего голоса; но то, почему производятся специфические звуки и почему они приносят удовольствие, в настоящее время не имеет объяснения. Ясно, что высота голоса имеет некоторое отношение к определенным эмоциональным состояниям человека. Человек, жалующийся на болезнь, или испытывающий страдание, почти всегда говорит более высоким голосом. Когда собака, испытывает нетерпение, она издает высокий звук, который мы воспринимаем как жалобный. Как трудно понять - этот звук на самом деле возник оттого, что собака действительно жалуется, или же нам кажется, что собака жалобно скрипит потому, что мы понимаем значение этого звука по собственному опыту. Ренгер утверждает, что обезьяны (*Cebus azarae*), которых он держал у себя дома в Парагвае, выражали удивление наполовину рыча и вдыхая воздух через ноздри; гнев или нетерпение, повторяя звук «ху» более низким хрюкающим голосом; а испуг или боль у них сопровождались пронзительными криками. [1] С другой стороны, человек выражает глухими стонами и высокими пронзительными криками муки боли. Человеческий смех может быть высоким или низким. Так Галлер отметил, что, смеясь мужчины используют гласные звуки О и А; а дети и женщины, звуки Е и И (в немецком языке); и эти последние гласные звуки имеют, по данным Гельмольца, более высокую частоту. Но все же, оба тона смеха в одинаковой степени отражают испытываемое удовольствие или развлечение. Изучая то, как именно воспроизводятся эмоции голосом, мы подходим к пониманию выразительности в музыке. На этот пункт г-н Литчфилд, долгое время изучавший предмет музыки был так добр, чтобы дать мне следующие пояснения. Вопрос о том, что является причиной эмоциональной выразительности, пока не изучен и полон загадок. Но любая выявленная закономерность в передаче эмоций с помощью голоса приблизит нас к пониманию песни, как прототипа всей музыки. Большая часть эмоционального эффекта песни зависит от характера действия, которым были воспроизведены звуки. Так, например, в песнях, выражавших страсть, эффект часто в основном зависит от одного - двух

голосовых пассажей, которые требуют определенной силы голоса. Часто та же самая песня не оказывает надлежащего эффекта, если певец, обладающий сильным голосом, не поет надлежащим образом голосовые пассажи. Без сомнения, песня теряет свое влияние при смене музыкальной тональности. Действительно, всякий раз, когда мы слышим эмоционально выразительное пение мы распознаем темп (быстрый или медленный), плавность изменения звукового потока, громкость и т.д. Мы, фактически, интерпретируем мышечные движения голосового аппарата человека, который воспроизводит звук, таким же образом которым мы интерпретируем движения мышц тела. Но это не объясняет более тонкий эффект, который мы называем музыкальной выразительностью песни, восхищение мелодией, или даже отдельными звуками, которые составляют мелодию. Этот эффект, не имеет своего термина, и, насколько я знаю, никто не был в состоянии его проанализировать. В работе г-на Герберта Спенсера этот феномен не получил объяснения. Поскольку мелодичный эффект последовательности звуков не зависит от их громкости или приглушенности основного тона. Мелодия всегда остается той же самой мелодией, спета ли она громко или тихо, ребенком или взрослым; исполнена она на флейте или на тромbone. Эффект любого звука зависит от его места в последовательности звуков. Те же самые звуки оказывают абсолютно разное влияние в зависимости от места в последовательности. Выразительность зависит от последовательности и взаимосвязи звуков. Но то, почему определенные последовательности и взаимосвязи звуков воспроизводят именно такие - то и такие - то эффекты, пока является нерешенной проблемой. Возможно эффект эмоциональной выразительности должен быть связанным с арифметическими отношениями между частотами вибрации звуков, которые формируют музыкальную октаву. Предположительно, вибрации звуков человеческой гортани могут вызывать большее или меньшее удовольствие, в зависимости от последовательности звуков. Но оставляя в стороне эти сложные вопросы, и переходя к более простой теме, мы можем, по крайней мере, понять видеть взаимосвязь некоторых звуков и эмоциональных состояний. Крик о помощи (как у детенышей животных, так и у любого социального животного) естественно будет громким, продолжительным, и высоким, чтобы быть слышным и на большом расстоянии. Исследования Гельмольца показали, что вследствие особой формы строения внутреннего уха человека, обладающего способностью к резонансу, высокие пронзительные звуки производят чрезвычайно сильное впечатление на людей. Когда самцы животных ухаживают за самками, они, естественно, произносят приятные звуки, чтобы понравиться самкам. Возможно, что одни и те же звуки нравятся самым различным животным, вследствие подобия их нервных систем, поскольку и мы (люди) испытываем удовольствие при пении птиц и древесных лягушек. С другой стороны, звуки, издаваемые с целью испугать врага естественно должны быть резкими или неприятными. Играет ли роль в этом случае принцип антитезы весьма сомнительно. Прерывистый смех и хихикающие звуки, издаваемые человеком и различными видами обезьян, при чувстве радости сильно отличаются от протяжных звуков при страхе и тревоге. У собак лай гнева и лай радости - звуки, совершенно отличающиеся друг от друга. Из данного примера следует, что истоки речевой невербальной коммуникации, эмоциональной выразительности речи, интонирования и темпоритма берут начало в работах исследователей позапрошлого века, в их наблюдениях о взаимосвязи голоса и эмоционального состояния.

Политическая риторика занимает одно из самых важных мест в современном мире и имеет большое значение для устройства, управления, развития и функционирования отдельной страны. Особую значимость и интерес приобретает политическое красноречие в нашей стране, что связано с изменениями в политической системе - переходом от тоталитаризма к демократии, внедрением выборов на местных и федеральных уровнях, избранием депутатов и президента, развитием плюрализма. Политики попадают в жесткие условия конкуренции. Победа в процессе борьбы за власть зависит зачастую от умения политика выиграть поединок в красноречии, т.е. от его талантаказать посредством выступления желаемое воздействие, привлечь на свою сторону как можно больше избирателей, который в конечном итоге проголосует за него, обеспечив тем самым его успех и популярность.

Велика роль политической коммуникации в развитии экономических, политических, культурных взаимоотношений всего мирового сообщества. Политическая риторика способна налаживать и поддерживать дружеские отношения между теми или иными странами. Вместе с тем выступления политиков обладают такой силой, что могут влиять на возникновение конфликтов между государствами и их разрешение либо мирным путем, либо с использованием военной силы. В целом по политической коммуникации можно судить и предполагать о возможных стадиях, приоритетах и направлениях в развитии межгосударственных, межконтинентальных и мировых отношений.

Вполне закономерно, что такой значимый аспект жизни современного мира привлекает науку и ученых из разных областей знаний, становится крайне актуальным для всевозможных исследований. Изучение способов воздействия, используемых в политических выступлениях, является одним из направлений исследования данного вида коммуникации.

Воздействующая функция признается как основная функция политических выступлений многими лингвистическими дисциплинами: риторикой, функциональной стилистикой, лингвопрагматикой, психолингвистикой, социальной лингвистикой и др. Политическое выступление направлено на оказание идеологического воздействия, на формирование определенного отношения к тем или иным реалиям политической жизни. Воздействие носит многоплановый характер и может быть рациональным и эмоциональным. Наиболее эффективным считается воздействие, сочетающее в себе элементы рационального и эмоционального. Однако большую значимость для массовой аудитории приобретает эмоциональное выступление, способное «разжечь пламя» в душах слушателей, увлечь и повести за собой.

Выражение эмоций в языке связывают с презентацией языковых категорий эмотивности и экспрессивности. Сущность, семантика данных категорий, а также их соотношение понимаются в лингвистической литературе неоднозначно. В данной работе эмотивность понимается как часть высказывания, соответствующая самовыражению говорящего и отражающая его впечатления, чувства, оценки. [2] Экспрессивность заключается в усилении впечатляющей силы высказывания в соответствии с планируемым целенаправленным воздействием на адресата.

Эмотивность и экспрессивность политических выступлений проявляются, несомненно, на лексическом уровне. Политика как одна из наиболее важных сфер человеческой деятельности характеризуется наличием специального словаря. Словарный состав политических выступлений можно условно разделить на две группы. Первую группу составляет собственно политическая лексика. Ко второй группе относится общеупотребительная лексика, рассмотренная в данной работе на примере эмотивной лексики.

Политическая лексика служит основанием для выделения языка политики. В структуре политического языка можно выделить политические термины, идеологемы, социологемы и ярлыки. Данные единицы политического языка образуют, прежде всего, социостилевую рубрику информации, отражающую функциональный стиль текста. Кроме того, передавая разного рода реалии, данная группа лексики создает фактуальную информацию специального типа. В пределах предложения политическая лексика способна формировать эмотивную и импрессивную рубрику информации и являться одним из аспектов эмоционального воздействия.

Например, лексема *political settlement* (политическая система общества) как термин представляет собой «целостную, упорядоченную совокупность политических институтов, политических ролей, отношений, процессов, принципов политической организации общества, подчиненных кодексу политических, социальных, юридических, идеологических, культурных норм ... конкретного общества...». В следующем отрывке из выступления британского премьер-министра Тони Блэра употребление термина *political settlement* не охватывает в полном объеме то терминологическое понимание, озвученное выше, и сопровождается эмотивно-экспрессивными коннотациями благодаря использованию в одном предложении метафоры *slippery slope*. Тем самым открыто и резко высказывается позиция автора, заключающаяся в том, что политический процесс объединения Ирландии не может быть скорым и необдуманным: *A political settlement is not a slippery slope to a united Ireland* (T. Blair, 16 May 1997).

Среди лингвистических средств, порождающих окказиональную эмотивность, мы выделяем: антитезу *falling - rising; shrinking - getting ahead*; эмо-тив-экспрессив, выражющий мелиоративную эмоционально-экспрессивную оценку *great*; перифраз *get ahead*, заменяющий фразу *make progress*; повтор существительного *jobs*; и, наконец, повтор рассматриваемого нами глагола *work*. К экстралингвистическим факторам в данном случае мы относим межкультурные особенности того народа, представители которого участвуют в коммуникативном процессе, т.е. американцев. Согласно В.В. Кочеткову, изучающему межкультурные различия ряда национальностей, в американском обществе поощряется трудолюбие. Однако, как правило, в Америке человек работает только в одном месте. Упоминание Джоном Керри о том, что средний класс вынужден работать одновременно в нескольких местах, направлено на внушение отрицательного отношения к данному факту, что в конечном итоге оказывает дополнительное влияние на появление эмотивно-оценочных и экспрессивных элементов у глагола *work*.

В политической коммуникации важнейшую роль играет оценочность. Как правило, политические выступления направлены не на передачу фактов, сведений, некой информации, а на передачу оценки.

[3] Ярко выраженная негативная оценочность присутствует в семантической структуре «ярлыков», занимающих промежуточное положение между собственно политической лексикой и лексикой общеупотребительной. «Ярлык» выделяет типичные качества лидеров ведущих партий и закрепляет их за политиками. Слова-ярлыки служат цели дискредитации политического противника, умаления его значимости и заслуг.

Использование эмоционально-оценочной лексики является одной из основных особенностей политического дискурса. Любой политический текст вряд ли может преследовать цель «информировать» без желания сформировать при этом положительное или отрицательное отношение адресата к чему-либо или изменить его мировоззрение, повлиять на его образ мыслей, поэтому функция воздействия в политическом дискурсе всегда присутствует. Воздействие может оказываться с помощью определенных языковых средств и очень помогает в этом эмоционально-оценочной лексике. Но, все же, не стоит забывать, что обращение к эмоционально-оценочной лексике во всех случаях обусловлено особенностями индивидуально-авторской манеры изложения.

ЛИТЕРАТУРА

1. <https://publications.hse.ru/articles/56349062>
2. https://www.neodialog.ru/theory_3.htm
3. <https://www.golosameriki.com/a/trump-poland-speech/3931241.html>

УДК

Кұмысбек Г.

4 курс, иностранная филология

E-mail :kumisbekg@mail.ru

Алматы, 2021

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕДИА-ДИСКУРСА В КАЗАХСТАНЕ

Следующая статья будет посвящена функциональным особенностям медиа-дискурса в Казахстане. Я проанализирую основные особенности и типы медиа-дискурса. Термин «дискурс» актуализировался в гуманитарных, философских и лингвистических исследованиях второй половины XX века, прежде всего во Франции. Довольно часто термин «дискурс» употребляется вместе с термином «текст». Медиа-дискурс в основном реализуется в СМИ.

Ключевые слова: медиа-дискурс; жанр; коммуникация; медиа-ландшафт.

Kumisbek Gulaiym

4th course Foreign Philology

E-mail :kumisbekg@mail.ru

Almaty, 2021

FUNCTIONAL FEATURES OF MEDIA DISCOURSE IN KAZAKHSTAN

The following article is going to be about functional features of media discourse in Kazakhstan. I will analyze main peculiarities of media discourse and types. The term “discourse” was actualized in humanitarian, philosophical and linguistic studies in the second half of the XX century, primarily in France. Quite often, the term “discourse” is used in conjunction with the term “text”. Media discourse is mainly implemented in the media.

Key words: media discourse; genre; communication; media landscape.

In the conditions of rapid development of technologies, various ways of communication and increasing role of information in life of the society informational genres in different types of media become of special importance. Currently they seriously compete with other forms of receiving and creation of information emerging thanks to new technologies. Verbal communication is a key to progress of human society. Today all of us are mostly interested in information provided by media. It is difficult to imagine our lives without mass-media information. Modern development of communication technology provides different television news programs in different languages to the population of Kazakhstan.

The concept of media discourse

Media discourse refers to interactions that take place through a broadcast platform, whether spoken or written, in which the discourse is oriented to a non-present reader, listener or viewer. Though the discourse is oriented towards these recipients, they very often cannot make instantaneous responses to the producer(s) of the discourse, though increasingly this is changing with the advent of new media technology, as we shall explore. Crucially, the written or spoken discourse itself is oriented to the readership or listening/viewing audience,

respectively. In other words, media discourse is a public, manufactured, on-record, form of interaction. It is not ad hoc or spontaneous (in the same way as casual speaking or writing is); it is neither private nor off the record. Obvious as these basic characteristics may sound, they are crucial to the investigation, description and understanding of media discourse. Because media discourse is manufactured, we need to consider how this has been done – both in a literal sense of what goes into its making and at an ideological level. One important strand of research into media discourse is preoccupied with taking a critical stance to media discourse, namely critical discourse analysis(CDA). It is important that we continually appraise the messages that we consume from our manufactured mass media. The fact that media discourse is public means that it also falls under the scrutiny of many conversation analysts who are interested in it as a form of institutional talk, which can be compared with other forms of talk, both mundane and institutional. The fact that media discourse is on record makes it attractive for discourse analysts and increasingly so because of the online availability of newspapers, radio stations, television programmes and so on. Advances in technology have greatly offset the ephemerality factor that used to relate to media discourse, especially radio and television (where it used to be the case that, if you wanted to record something, it had to be done in real time). It is a time of great change in media discourse, and this chapter aims to capture this moment, especially in the final section, where traditional notions of media discourse are challenged.

The types of media discourse are distinguished depending on the communication and information channels used and are implemented using different language tools and strategies. The types of media discourse are directly related to the genre and functional features of the media space .

I distinguish the following types of media discourse:

1) on communication functions:

- journalistic discourse;
- advertising discourse;
- PR-discourse;

2) through implementation channels:

- telediscourse;
- radio discourse;
- computer discourse.

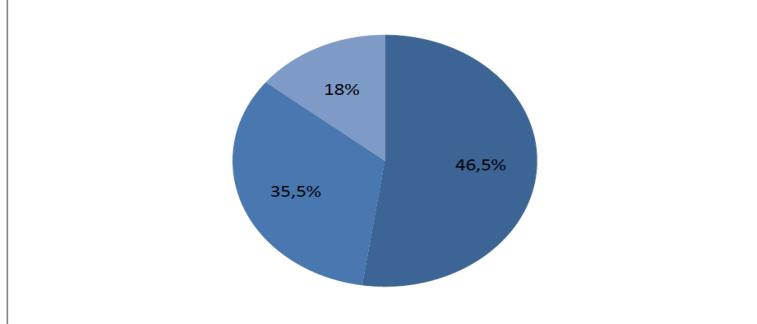
These types of media discourse suggest the presence of specific channels of communicative influence. These include audio, visual, and audiovisual channels of influence in the media space. Telediscourse inherent in audio-visual form communication, radiodiscourse – audio, computer – based discourse audiovisual.

Modern Kazakh discourse

There are more than 2,970 registered mass media outlets in Kazakhstan, of which more than 200 are electronic. Mass media are mainly concentrated in large cities – the capital, Almaty and regional centers. At the same time, there is still a practice of publishing small-circulation district newspapers. The majority of publications (more than 85-90%) in Kazakhstan are non-governmental.

MASS MEDIA DO NOT HAVE ANY ROLE

The role of mass media in the society



*Role of mass media is insignificant
 Mass media have serious role in the society*

Modern Kazakh discourse (in all its manifestations – social, aesthetic, everyday, etc.) can and should be perceived, in our opinion, as a constructed «text». D. Alkebaeva wrote that Discourse Theory Studies have

different interpretations of discourse: "Discourse corresponds to the meaning of a certain word, which, in addition to its semantic and informational content, refers to conversations that are systematized by extralinguistic factors."

And J. Kenshinbaev: "Discourse is an existing text, that is, the role of speech in establishing real communicative relations," said Professor N. Ouali, explaining the communicative "event" of which it consists. Each scientist has his own opinion about the general discourse. Here's an example:

GG Burkitaeva, discourse is a set of participants in interaction with a text and a communicative situation. As we have seen, discourse is the transfer of a scene from real life to consciousness through the act of speech and the designation of linguistic unity. Discourse is the transformation of a ready-made text into a complex and understandable communicative situation in accordance with the goal of the creators of speech. According to Sh.A. Nurmyshevash, discourse is an attempt by communicators to translate real events into their language through lexical, grammatical and phonetic systems in their own languages for communicative purposes, using their cognitive, linguistic, basic knowledge and pragmatic knowledge opportunities. Only at that rate the aesthetic, linguistic and social stereotypes of our time and our place become understandable. The modern mass media are particularly intensely focused on the emotional, affective side of a person. Today, Kazakhs (Kazakhs and Russian speaking residents) perceive the world through the prism of Russian ideology, which is clearly nostalgic for the Soviet past. There is an inevitable question – what is in Kazakhstan's medial space? There are Kazakh and Russian ethnoses and, accordingly, Kazakh and Russian-language discourses. With equal clarity their obvious, sometimes hidden symbolic confrontation is present. The division of Kazakhstan society into two information spaces: Kazakh-speaking and Russian-speaking – can be adopted with the following clarifications. By this time, the Russian diaspora has ceased to influence the cultural process as an independent force. In due time (the Soviet period), two languages performed different functions in society, served different social and ethnic groups. For a long time, Russian language was also a mechanism for communication, and a means of exchanging information, a progressive language of culture, politics and power. Two spaces carried different values to the society, different symbols and different models of behavior. Russian culture in Kazakhstan has ceased to be fundamental, and Kazakh on the contrary became mass. What is now the Russian style in Kazakhstan? This is a false pathos, impersonality and mediocrity of the author's expression. In the modern Kazakhstan media discourse, in relation to all of its concrete manifestations, anthropocentrism of interpretation as a cognitive model is the most obvious. The general tendency of modern Kazakhstani traditional and new media is the predominance of actual journalism over analytical materials. At the same time, the manipulation of Russian and Kazakh journalism of our time has become more aggressive. Perhaps, therefore, rhetorical principles and methods of manipulating the mass audience (advertising texts, propaganda companies, etc.) with suggestive principles of speech therapy are observed recently in Kazakhstan's mass culture, as well as in Russian practice of the last five-seven years. These include, first, the simplification of meaning. Really consumer or choosing mass is saved from superfluous efforts. With respect to the public speech behavior the meaning is simplified in Kazakhstan. In the modern version of the «Kazakh word» again, likewise in the Soviet years, only speech phrases are found, when everything is right, there is nothing indefinite, vague, and unsaid. At a simple level, this leads to the fact that the meeting of the mayor (akim) of the city in form and style completely resembles the regional conference of the party members. In Kazakhstan publicistic discourse there is a second «coming» of the officialese. All this is present both on the republican television screen, in state «promises» and in local social advertising, as well as in Kazakhstan newspaper and journalistic publicism. In all these cases there is no «ideal» event, but there are only massive, repetitive images. This is, in most cases, the modern language of Kazakh publicism and television. Adilova A lists the similarities and differences between discourse and text:

- Discourse is a set of language tools that can be selected depending on the author's intention, style features.
- Discourse is broader than text. It is the process of speech.
- Discourse is an integral part of real time, and the text lives only in the cultural space, does not depend on time, and can be relevant at any time in another discourse.
- Discourse cannot be reproduced, and literary text can and does reproduce.
- If discourse is a way of conveying information, text is a multifaceted, multi-layered structure that stores, accumulates, and creates new meaning.

PRACTICE WORK

Comparative analysis of Kazakhstan and American publications (from the example of «Egemen Kazakhstan» and «The New York Times»)

| | |
|---|---|
| «Egemen Kazakhstan» is the official state-owned press of the Republic of Kazakhstan. The publication basically publishes official information, newer legal acts and other official information. The newspaper is issued five times a week since December 17, 1919. Its first name was «Ushkyn». | «The New York Times» is the second largest newspaper in the world after Wall Street Journal in the United States. The New York Times is primarily known for its international coverage. The newspaper was born on September 18, 1851. During 167 years certain stages of typological transformation and change of editorial policy were observed. |
| Mass media in the Kazakhstan consist of several types of media: newspapers, television, radio and web sites. | Mass media in the United States consist of several types of media: television, radio, cinema, newspapers, magazines, and web sites. |
| Themes of newspaper: politics, law, education, society, economics | <p>The newspaper consists of three sections:</p> <p>News: international, national, metropolitan, business, technology, science, health, sports, metro, education, weather and obituaries;</p> <p>Opinions: editorials, non-editorials, letters to the editor;</p> <p>Entertainment: art, movies, theater, travel, New York City guide, food and wine, home and garden, fashion and style, crossword puzzle.</p> |
| Website Egemen.kz that annually attracts more than 2 million users and functions in three languages: Kazakh, Russian and English, alongside with the Kazakh version in Latin and Arabic alphabets. | The New York Times generally uses a respectful, respectful address. The New York Times was one of the last newspapers to endorse color photography; and the first color photo on the front page appeared on October 16, 1997. The fonts that are used for the headings are different versions of Cheltenham. The running text is printed in the Imperial font, with a size of 8.7 points. |
| The circulation of the newspaper is more than 200,000 copies. | The average weekday circulation of The New York Times is 443 thousand copies , 1,623,697 per week |

Taking everything into consideration, The Kazakh medial space reflects not only traditional consciousness but also Soviet experience. It is for this reason that the historical materials, articles about batyrs, akyns and national traditions prevail in the Kazakh-language press. Nevertheless, to designate this historical mythology as the symbolic reconstruction of collective memory is not possible.

REFERENCES

- Смагұлова Г.Н. Шешендей сөздердің дискурсы. – Алматы, 2008. – Б. 17-18.
- Грачевич Э. Политический дискурс как средства политической коммуникации. – Б. 2-9.
- Әділова А. Қазіргі қазақ көркем шығармаларындағы интертекстуалдық презентациясы, семантикасы, құрылымы фил.фыл.докт.диссертациясы. – Алматы, 2009. – 235 б.
- Бұркітбаева Г. Деловой дискурс. Онтология и жанры – А: Фылым, 2005. – 235 б.
- Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность массмедиального дискурса : о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ : монография / М. Р. Желтухина. – Москва : Ин-т языкоznания РАН ;
- Полонский, А.В. Современный медиадискурс: ключевые идеи и слова
- file:///C:/Users/111/Downloads/mediadiskurs-kak-sostavlyayushaya-informatsionnogo-prostranstva

УДК 81'1

Mankeeva A., Kurban A., Jolan S.,
Undergraduate of Foreign philology of Ablaikhan
KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan
e-mail: mankeeva99@mail.ru
akbotaa58@gmail.com
Sabina.jolanova@bk.ru

THE ARTISTIC TEXT, ITS PECULIARITIES, ITS DIFFICULTIES IN THE PROCESS OF TRANSLATION

The article deals with the traditional understanding of discourse within the framework of modern scientific thought. It shows the authors' vision of the phenomenon of artistic discourse, the distinctive features of the discourse of a work of art

that are listed and analyzed. The theme of the relevance and practical importance of studying the discourse of literary texts is discussed. The authors of the article prove that the discourse of a work of art is not only the basis, the framework, the background, but also acts as the style of thought and creativity of the author. We also talk about the difficulties of translating artistic texts.

Keywords: discourse, discourse analysis, artistic text, author's style, expressive means, translation

Mankeeva A., Kurban A., Jolan S.,

Les étudiantes de L'Université des Relations Internationales et des Langues du Monde Abylai Khan

Faculté de Traduction et de Philologie

Almaty, Kazakhstan

e-mail: mankeeva99@mail.ru

akbotaa58@gmail.com

Sabina.jolanova@bk.ru

LE TEXTE ARTISTIQUE, SES PARTICULARITÉS, SES DIFFICULTÉS EN COURS DE TRADUCTION

L'article traite de la compréhension traditionnelle du discours dans le cadre de la pensée scientifique moderne. Il montre la vision des auteurs du phénomène du discours artistique, les traits distinctifs du discours d'une œuvre d'art qui sont répertoriés et analysés. Le thème de la pertinence et de l'importance pratique de l'étude du discours des textes littéraires est abordé. Les auteurs de l'article prouvent que le discours d'une œuvre d'art n'est pas seulement la base, le cadre, l'arrière-plan, mais agit également comme le style de pensée et de créativité de l'auteur. On parle aussi des difficultés de la traduction des textes artistiques.

Mots clés: discours, analyse du discours, texte artistique, style de l'auteur, moyens expressifs, traduction

Le discours artistique est une réalité présentée sous une forme figurative. Il s'agit de la représentation individuelle de la réalité par l'auteur. L'écrivain utilise diverses propriétés de la langue, c'est-à-dire les moyens d'expression de la langue. Le discours artistique en tant qu'équivalent linguistique de la pensée peut être considéré comme l'un des «représentants» linguistiques les plus brillants de la vision nationale du monde. La personnalité linguistique de l'écrivain agit comme une projection de modèle de la langue nationale, du discours national et du comportement communicatif.

Le terme discours est polysémantique, vient, du latin «discursus» (mouvement, circulation, conversation), au sens général – le processus de l'activité linguistique, considérant le fonctionnement du langage dans divers domaines de recherche: linguistique, critique littéraire, sémiotique, sociologie, logique, anthropologie, ethnologie, théorie et pratique de la traduction, pédagogie, philosophie [1, c. 86-95]. Il n'y a pas de définition universellement acceptée du discours, couvrant tous les cas d'utilisation, et, apparemment, c'est cela qui a contribué à l'énorme popularité que ce terme a acquis récemment, et diverses interprétations satisfont avec succès tous les besoins conceptuels, modifiant des idées plus traditionnelles sur le discours, le texte, le dialogue, le style et même la langue.

Le discours artistique est un processus cognitif associé à la production de la parole, à la création d'un travail de parole, et le texte est le résultat final du processus d'activité de la parole, qui a une forme finie (et fixe) définie [2, c. 186–197]. Le discours est un type idéal de communication réalisé à une distance maximale de la réalité sociale, des traditions, de l'autorité, de la routine de communication et visait une discussion critique et une justification des points de vue et des actions des participants à la communication. Selon J. Habermas, le discours est un dialogue, au cours duquel il y a réconciliation des revendications controversées de signification pour parvenir à un accord: «Dans les discours, nous essayons de reproduire l'accord problématisé qui a eu lieu dans une action communicative par justification» [3, c. 69-76].

À notre avis, le discours artistique, comme toutes les entités linguistiques (morphèmes, mots, phrases), s'organise selon certaines règles caractéristiques d'une langue donnée. L'acte même des règles et restrictions linguistiques est souvent démontré à travers des formations linguistiques expérimentales où les règles ou les restrictions sont violées. Le processus de communication linguistique presuppose la présence de deux rôles de discours radicalement opposés – l'auteur et le destinataire. Le discours est présenté, d'une part, comme une activité de parole, d'autre part, comme résultat de cette activité, une construction narrative complète de niveaux sémiotiques interdépendants de production de sens [4, c. 4]. Il découle de ce qui précède que le concept de discours, dont l'émergence est associée à l'émergence de la recherche linguistique dans le domaine de la syntaxe, désigne principalement une unité complexe constituée d'une suite de phrases unies par un type de cohérence logique et sémantique. En d'autres termes, le discours est une unité linguistique du plus haut niveau, possédant

des spécificités structurelles et fonctionnelles, c'est «un nouveau trait dans l'apparition de la Langue telle qu'elle nous est apparue à la fin du XXe siècle»[5, c. 71].

La définition du concept de «discours» a été proposée par des chercheurs étrangers (V. Koch, E. Beneviste, A. Greimas, P. Serio, J. Courtet, C. Fillmore, T. Van Dyck). Traditionnellement, le terme «discours» est compris comme un texte qui est le résultat d'une action sociale intentionnelle et un texte comme une combinaison de facteurs linguistiques, vocaux, socioculturels, pragmatiques, cognitifs et mentaux [6, c. 136–137]. A. Morokhovsky a exprimé une fois l'opinion que le discours est une « séquence de déclarations interdépendantes» [7, c. 5].

Un texte artistique ne décrit pas des faits concrets réels, comme un texte scientifique ou journalistique. Le texte d'une œuvre d'art sert à des fins esthétiques, éducatives, de divertissement. Les textes littéraires établissent des analogies avec la réalité que nous connaissons. Il s'ensuit donc qu'un texte artistique ce n'est pas une représentation directe du monde réel, mais sa réflexion artistique et figurative. La réflexion artistique et figurative interprète le comportement des personnages littéraires. Les héros, tous les détails, tous les épisodes, du texte sont associativement dotés d'une signification symbolique, idéologique, psychologique. La perception d'un texte littéraire est un certain processus intellectuel et psychologique. Il y a la formule universelle pour tous les types de textes – « Réalité – Sens – Texte», qui est convertie en formule «Réalité – Image – Texte» pour les textes artistiques . Le texte artistique est multifonctionnel. Dans ce texte, la fonction esthétique est, superposée à un certain nombre d'autres – communicative, expressive, pragmatique, émotionnelle. Pour les textes littéraires il n'y a pas de restrictions thématiques. L'utilisation spéciale de la langue c'est l'utilisation de la Langue de l'art verbal. Le but d'un style artistique n'est pas de transmettre directement certaines informations, c'est tout d'abord d'influencer le côté émotionnel de la personne qui lit l'œuvre. Les fonctions du texte artistiques ce sont : cognitif, figuratif, esthétique, idéologique, communicatif. Les fonctions figuratif et cognitif qui consistent à raconter à une personne le monde, la société à l'aide de la composante expressive, émotionnelle de la parole. Les fonctions Idéologique et esthétique, utilisées pour décrire des images qui transmettent le sens de l'œuvre au lecteur. La fonction communicative, dans lequel le lecteur relie les informations du texte à la réalité.

Le discours artistique porte l'empreinte d'une culture d'une certaine étape histoire de la société, fondamentale à toute étude artistique, le discours a sa différence par rapport aux autres types de discours. Sans comprendre ce concept il est impossible de décrire le mécanisme d'interaction entre les cultures endémiques qui appartient au lecteur, aux concepts sociaux et aux stéréotypes (son «esprit personnel, espace personnel ») et aux concepts et stéréotypes similaires soumis à une réflexion, une interprétation et une évaluation dans le texte, à l'interaction se déroulant dans le processus de mise à jour du texte littéraire. Le but d'un texte littéraire peut être décrit comme suit : l'écrivain, à travers son travail, tente d'influencer directement «l'espace spirituel» du lecteur en tant que destinataire (par l'espace spirituel du lecteur, on entend ici son système de valeurs, de savoirs, ses vues sur la vie, les aspirations et les désirs, les directives personnelles) afin d'influencer dessus, apportez-y des modifications. Sur cette base, on peut faire des parallèles entre les objectifs poursuivis par le discours artistique et le discours politique, et surtout avec le discours idéologique. Considérant les différentes approches pour définir le discours artistique, nous proposons de le comprendre comme l'action entre l'écrivain et le lecteur, impliquant culture, esthétique, valeurs sociales, connaissances personnelles, connaissance du monde, système de croyances que cherche à changer l'«espace spirituel» d'une personne.

Les principales caractéristiques du discours artistique :

Le texte artistique utilise les moyens stylistiques et expressives.

Le texte artistique représente le style individuel.

Le texte artistique est multifonctionnel. Dans ce texte, la fonction esthétique est, superposée à un certain nombre d'autres – communicative, expressive, pragmatique, émotionnelle.

Le texte artistique n'est pas une représentation directe du monde réel, mais sa réflexion artistique et figurative.

L'une des principales différences entre un texte littéraire et tout autre est qu'il présente la réalité sous la forme d'une image. Un texte littéraire utilise des moyens d'expression tels que métaphore, métonymie, comparaison, épithète, etc.

La métaphore est la nomination d'un objet ou d'un phénomène par un mot désignant un autre objet, un autre phénomène lié au premier par une association de similitude. Dans une métaphore deux sens se réunissent : le sens figuré (qui ressort du contexte), se superpose au sens propre du mot. Voici quelques exemples de métaphores tirés de la littérature. « L'or du soir » – Victor Hugo, « Demain, dès l'aube », Les Contemplations. « Ma jeunesse ne fut qu'un ténébreux orage », Baudelaire, « L'Ennemi ». La métonymie est la nomination

d'un objet ou d'un phénomène par un mot désignant un autre objet, un autre phénomène, lié au premier par quelque rapport objectif, matériel ou logique. Les rapports entre les objets et phénomènes de la réalité sont divers et variés; aussi la métonymie présente-t-elle nombre de cas particuliers. Exemples de métonymies "Ah ! quelle cruauté qui tout en jour tue / Le père par le fer, la fille par la vue !" – Corneille, Le Cid. La comparaison : Le procédé de la comparaison met en relation deux réalités. Trois éléments sont nécessaires dans l'énoncé : le comparé, l'outil de comparaison et le comparant. Exemples de comparaisons "le monocle du général, resté entre ses paupières, comme un éclat d'obus dans sa figure vulgaire" – Marcel Proust, Du côté de chez Swann. Une épithète est le plus souvent un adjectif qui se joint à un nom ou à un pronom pour le qualifier auquel elle est le plus souvent liée directement, sans préposition. Julien appelle le soleil « le dieu aux sept rayons ». Où avait-il pris cette singulière épithète ? (J. De Maistre, Soirées St-Pétersbourg. T. 1, 1821, p. 100). Il passe pour avoir le tact fin, car il découvrira l'épithète heureuse, le trait saillant ou le mot hasardeux qui fait tache (Flaubert. « Education Sentimentale », 1845, p. 265):

Dans le style artistique du discours, la polysémie verbale du mot est largement utilisée, ce qui lui ouvre des significations supplémentaires et des nuances sémantiques, ainsi qu'une synonymie à tous les niveaux linguistiques, ce qui permet de souligner les nuances subtiles de significations. Cela est dû au fait que l'auteur s'efforce d'utiliser toutes les richesses de la langue, de créer son propre langage et son style uniques, dans un texte lumineux, expressif et figuratif. L'auteur utilise non seulement le vocabulaire de la langue littéraire codifiée, mais aussi une variété de moyens picturaux issus du langage familier et vernaculaire. L'émotivité et l'expressivité de l'image sont mises en avant dans le texte littéraire. Beaucoup de mots, qui dans le discours scientifique apparaissent comme des concepts abstraits clairement définis, dans les journaux et dans le discours publiciste – comme des concepts socialement généralisés, dans discours artistique porter des idées sensorielles spécifiques. Ainsi, les styles se complètent fonctionnellement. Par exemple, l'adjectif plomb dans le discours scientifique réalise sa signification directe, et dans le discours artistique, il forme une métaphore expressive. Par conséquent, les phrases jouent un rôle important dans le discours artistique, qui créent une sorte de représentation figurative. Pour le discours artistique, surtout poétique, l'inversion est caractéristique, c'est-à-dire changer l'ordre habituel des mots dans une phrase afin d'améliorer la signification sémantique d'un mot, ou pour donner à la phrase entière une coloration stylistique particulière. Lors de la traduction, on est confronté à des difficultés de différente nature : lexicales, grammaticales, stylistiques, socioculturelles. Les unités lexicales dans différentes langues se distinguent les unes des autres. Dans le même temps, certaines unités ne sont pas traduites directement simplement en raison de l'absence d'une analogie directe dans les langues. Par conséquent, le traducteur doit trouver ou en fait inventer un mot convenable.

Selon E. Etkind, la poésie est «la forme la plus élevée d'une langue nationale», car elle reflète le plus pleinement l'esprit du peuple, les caractéristiques de son développement culturel et historique, ainsi que sa psychologie profonde. Par conséquent, la poésie d'une nation particulière peut devenir la clé pour comprendre sa culture et son caractère national. Le but de la poésie est, en grande partie, le même que celui de la culture elle-même. Selon Y. M. Lotman, il s'agit de se connaître, de connaître le monde et sa place dans le monde, la mise en œuvre de la communication entre les personnes et la construction d'une personnalité humaine dans le processus de cognition et de communication sociale. La caractéristique principale d'un texte poétique est le système de connexions qui existe entre tous ses éléments. Dans un texte poétique, comme en relation avec la prose, il est d'usage de distinguer trois aspects : sémantique, stylistique et pragmatique, peut-être que les différences entre la prose et la poésie sont le plus clairement vues dans leur aspect sémantique. Le sens n'est inhérent qu'au texte poétique dans son ensemble, en tant qu'unité organique de forme et de contenu. Ainsi, la poésie agit comme un texte artistique organisé de manière complexe, dont le trait distinctif est le système de relations entre ses éléments. Ce trait caractéristique se manifeste à tous les niveaux de la structure du texte poétique et constitue la raison principale des nombreuses différences entre la poésie et la prose. Chaque composant d'un texte poétique, y compris le mot lui-même, a une plus grande signification sémantique que dans toute autre forme de texte littéraire.

Les fables sont aussi un genre du discours artistique. La fable est un genre narratif court, en vers ou en prose, transmettant une réflexion morale par le moyen d'une histoire fictive qui l'illustre. L'invention de la fable est attribuée à Ésope, un esclave grec du VIe siècle av. J.-C. Le Moyen Âge poursuit la tradition avec les fabliaux et les isopets (petit Ésope). Le plus célèbre des fabulistes français est La Fontaine (XVIIe siècle). Par son étymologie, fabula en latin, le mot « fable » possède des sens diversifiés: récit oral et plaisant, propos relevant de la conversation, apologue terminé par une moralité. Ainsi se révèlent certaines caractéristiques d'un genre qui remonte à l'Antiquité et dont les fonctions englobent le divertissement, l'enseignement, la réflexion et la critique.

Jean de La Fontaine, né le 8 juillet 1621 à Château-Thierry et mort le 13 avril 1695 à Paris, est un poète français de grande renommée, principalement pour ses Fables et dans une moindre mesure pour ses contes. On lui doit également des poèmes divers, des pièces de théâtre et des livrets d'opéra qui confirment son ambition de moraliste, proche de Nicolas Fouquet, Jean de La Fontaine reste à l'écart de la cour royale mais fréquente les salons comme celui de Madame de La Sablière et malgré des oppositions, il est reçu à l'Académie française en 1684. Mêlé aux débats de l'époque, il se range dans le parti des Anciens dans la fameuse Querelle des Anciens et des Modernes. C'est en effet en s'inspirant des fabulistes de l'Antiquité gréco-latine et en particulier d'Ésope, qu'il écrit les Fables qui font sa renommée. Le premier recueil qui correspond aux livres I à VI des éditions actuelles est publié en 1668, le deuxième (livres VII à XI) en 1678, et le dernier (livre XII actuel) est daté de 1694. Le brillant maniement des vers et la visée morale des textes, beaucoup plus complexes qu'il n'y paraît à la première lecture, ont déterminé le succès de cette œuvre à part et les Fables de La Fontaine sont toujours considérées comme un des plus grands chefs-d'œuvre de la littérature française. Le fabuliste a éclipsé le conteur d'autant que le souci moralisant a mis dans l'ombre les contes licencieux publiés entre 1665 et 1674 [8, c. 6].

En 1668, La Fontaine fait paraître le premier recueil de ses Fables, duquel est extrait *Le Loup et l'Agneau*.

Cette fable illustre une morale et met en scène des animaux pour mieux évoquer les hommes. Elle met en évidence une réalité cruelle à portée universelle : le dialogue entre le loup et l'agneau met en évidence le comportement de celui qui non seulement exerce sa violence sur le plus faible mais cherche à la justifier.

Le Loup et l'Agneau

La raison du plus fort est toujours la meilleure :
 Nous l'allons montrer tout à l'heure.
 Un Agneau se désaltérait
 Dans le courant d'une onde pure.
 Un Loup survient à jeun qui cherchait aventure,
 Et que la faim en ces lieux attirait.
 Qui te rend si hardi de troubler mon breuvage ?
 Dit cet animal plein de rage :
 Tu seras châtié de ta témérité.
 - Sire, répond l'Agneau, que votre Majesté
 Ne se mette pas en colère ;
 Mais plutôt qu'elle considère
 Que je me vais désaltérant
 Dans le courant,
 Plus de vingt pas au-dessous d'Elle,
 Et que par conséquent, en aucune façon,
 Je ne puis troubler sa boisson.

Jean de La Fontaine, Les Fables [8. c. 48- 49]

La morale de la fable Le loup et l'agneau apparaît dès le premier vers, rendant ainsi prévisible la fin de la fable. La Fontaine ne nous donne ni leçon de vie, ni conseil pratique : **c'est ici un simple constat sans appel plus qu'une morale** : «La raison du plus fort est toujours la meilleure»

«La raison du plus fort est toujours la meilleure». Cette phrase est devenue intertextuelle («У сильного всегда бессильный виноват »).

Loup = symbole de la force

Agneau = symbole de l'absence de défense

1. Argumentation de l'agneau : rigoureuse et naïve

L'argumentation de l'agneau est à l'opposé de celle du loup. En nombre de vers, elle équivaut à peu près à celle du loup mais la répartition des répliques est bien différente. A partir du vers 12, l'agneau essaie de répondre de façon pertinente et réfléchie à trois reprises aux attaques du loup.

L'agneau apparaît naïf, il répond de façon rationnelle et réfléchie face à un loup qui a de toute façon déjà décidé de la fin des débats.

Les répliques de l'agneau sont de plus en plus courtes, laissant sentir qu'il comprend l'inutilité de sa parole face à l'agressivité aveugle du loup. Sa dernière réplique, sous la forme de quatre monosyllabes, «Je n'en ai point», est à peine esquissée. L'agneau ne cherche plus à construire son plaidoyer, il perd pied devant les attaques hargneuses du loup qui lui confisque la parole.

2. Argumentation du loup : la mauvaise foi

Les arguments irréfutables qu'oppose l'agneau sont balayés sans contre-arguments valables par le loup qui nie l'évidence.

Le loup répète son accusation sans tenir compte des arguments valables de l'agneau, mais sous une forme plus ramassée et plus hargneuse – en trois mots : «Tu la troubles» (vers 18).

Le loup quitte ensuite le domaine des faits et du présent pour invoquer de prétendues assertions calomnieuses proférées «l'an passé» («tu médis», vers 19).

Sous les apparences d'une logique implacable, l'argumentation du loup est en fait de mauvaise foi. Il finit par «On me l'a dit : il faut que je me venge.». Le recours au pronom indéfini «on» montre que le loup n'a pas d'argument rationnel à opposer à l'agneau.

Comme conclusion il faut dire que le texte artistique représente un grand intérêt pour l'étude linguistique. La spécificité de ses particularités est évidente et il faut la prendre en considération en cours de traduction.

ЛИТЕРАТУРА

1. Демьянков В.З. Текст и дискурс как термины и как слова обыденного языка // IV Международная научная конференция «Язык, культура, общество». Москва, 27-30 сентября 2007 г.: Пленарные доклады. М.: Московский институт иностранных языков; Российская академия лингвистических наук; Институт языкознания РАН; Научный журнал «Вопросы филологии», 2007. С. 86-95
2. Кубрякова Е.С., Александрова О.В. О контурах новой парадигмы знания в лингвистике // Структура и семантика художественного текста: доклады VII междунар. конф. М., 1999. С. 186–197.
3. Хабермас Ю. Вовлечение другого. Очерки политической теории. СПб., 2001. 380 с.
4. Седых А.П. Контекст. Знак. Образ. Белгород: БГУ, 1998. 160 с.
5. Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и Принцип причинности // Язык и наука конца 20 века. М.: РАН, 1996. С. 35–73.
6. Арутюнова, Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. М.: Сов. Энциклопедия, 1990. С. 136–137.
7. Карри Х.Б. Основания математической логики. М.: Мир, 1969. 568 с.
8. Jean de La Fontaine, Fables choisies mises en vers, // Paris, 1973, 48 – 49 с.

УДК 81.271

Махмудова Д.,
бакалавр КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «5B021000-Иностранный язык»
Алматы, Казахстан
e-mail: dily99m@mail.ru

ПОЛИТКОРРЕКТНОСТЬ ПОЛИТКОРРЕКТНЫЕ ТЕРМИНЫ

В статье рассматривается понятие политкорректности. Выделены и описаны методы перевода политкорректной лексики, особенности ее применения. Автор приходит к выводу, что различные группы общества взаимодействуют друг с другом гораздо больше, чем раньше, поэтому феномен политкорректности возник именно по этой причине. Поэтому политкорректность распространяется во всех сферах общества, в которых проявляются социальные различия.

Ключевые слова: политкорректность, пол, возраст, социальные различия, нация, раса, сексуальная ориентация, эвфемизмы, калькирование, транскрипция.

Mahmudova D.,
Bachelor of Foreign Philology of Ablaikhan
KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan
e-mail: dily99m@mail.ru

POLITICAL CORRECTNESS POLITICALLY CORRECT TERMS

The article discusses the concept of political correctness. Methods of translation of politically correct vocabulary, application features are highlighted and described. The author concludes that different groups of society interact much more with each other than before, so the phenomenon of political correctness arose precisely for this reason. Therefore, political correctness spreads in all spheres of society in which social differences are manifested.

Keywords: political correctness, gender, age, social differences, nation, race, sexual orientation, euphemisms, calculus, transcription.

Political and social changes in society strongly influence the structure of language. They happen slowly, but the result is felt clearly. The topic of political correctness is one of those that has had a tremendous impact on world society, and it continues to influence it today. English-speaking society is gradually abandoning words that define a person's gender or race, which is reflected in other languages. Political correctness is a socio-political, cultural and linguistic phenomenon aimed at overcoming any manifestations of infringement of someone's rights due to race, gender, sexual orientation, religion, age, material wealth, health status, appearance and other factors that can cause discrimination.

Political correctness is the politeness of society towards any people, regardless of their characteristics, as long as they do not infringe on the rights of other people. This applies to behavior, gestures, facial expressions, language, and other forms of politeness or impoliteness.

The term "political correctness" appeared in the XIX century. Over time, it began to be used exclusively in a political context – so people called a person's strict adherence to a particular political ideology.

The term appeared in the United States in the 1970s. At first, only left-wing politicians who criticized the Marxist attitude to governance used it. Then the term gradually entered the language in its modern meaning. From English, the word has passed into many other languages, including Russian. [1]

The phenomenon of political correctness, respectively, also originated in the United States, in one of the most multinational and multicultural countries with a sad experience of slavery in the past. African Americans started the fight against political correctness. The first English word replaced with a politically correct counterpart was nigger. For the black people of the 20th century, it was an offensive word, which for several centuries was called their ancestors-slaves.

Feminist movements that forced society to change many words related to gender picked up the protests of African-Americans. Then political correctness began to be applied in relation to religion, appearance, diseases, sexual orientation, and social status.

Many English politically correct terms appeared in the 80-90s and have already become firmly entrenched in the language, becoming familiar.

Now, "political correctness" refers to a certain practice, a type of behavior in which a person is prohibited from using specific words or expressions that certain groups of people may find offensive.

Politically correct language should not hurt feelings and indicate the dependent position of people of different races, nationalities, gender, age, sexual orientation, religion, appearance, health, financial status.

Political correctness is a change in words, expressions and language norms that helps to avoid discrimination, insults, and humiliation of people's dignity. Politically correct words and phrases are euphemisms that replace terms that are unpleasant for certain people.

Ways to translate politically correct vocabulary. [2]

1. Translation correspondences. This is a search for the Russian-language equivalent of the English term. For example:

The closest match for "indigenous people" in Russian is «коренные жители» or «коренные народы».

Modern American airlines often use the phrase "flight attendant" instead of "steward" and "stewardess". There are three ways to translate it into Russian: «бортпроводник», «стюард» и «стюардесса». It depends on the translator how accurately the translation option will be selected for a specific situation.

2. Descriptive translation. This is the use of a semantic equivalent. For example:

"Golden ager". In fact, it can be translated as «человек в золотом возрасте», but this does not reveal the meaning of the concept. Therefore, translators often translate it as пожилой человек». In Russian, this is quite a polite and politically correct phrase, the meaning of which is clear to everyone.

«Chinese Americans»- «Китайские американцы» is incorrect translation. However, «американцы китайского происхождения» is better.

The main thing in translation is to convey the essence of the term. In addition, despite the fact that in the case of descriptive translation, you often have to use more words, it is very effective.

3. Calculus

In fact, this is the transfer of the direct meaning of terms from English to Russian in the case of word-by-word translation. It is used in cases where a direct translation sounds more or less adequate and conveys the meaning of the original term.

For example, the term “Biological mother”, which is used in documents for adopted children. It can be painlessly translated as «биологическая мать». In this case, it completely preserves the meaning.

4. Transcription

Гей (gay), феминизм (feminism), расизм (racism) — these are transcribed versions of the translation. However, because of their widespread use, their meaning is known to most, so they do not require additional explanation.

5. Combined translation

Often, the combined approach is used when it is necessary to further emphasize political correctness in terms or euphemisms.

For example:

Transcription and descriptive translation. «Seizism» — «сайзизм, дискриминация на основе габаритов человека».

Descriptive translation and calculus. «Chemically challenged person» — «человек, страдающий зависимостью от психоактивных веществ».

In different countries, and therefore in different languages, political correctness is manifested differently due to historical and cultural characteristics. For example, the word nigger is taboo in English. African Americans survived several centuries of slavery. Although the word nigger initially has no offensive meaning and comes from the word «черный», for African Americans, it is closely associated with harassment and humiliation. In Russian, the word «негр» is politically correct, since it is not associated with negative historical experience. On the other hand, because of the similarity of words «негр» and nigger African-Americans who have heard Russian speech may perceive the Russian term as offensive. In such situations, you should exercise tact and the language to use euphemisms. At first, this word was replaced with colored or black, now they are considered unsuitable. It is best to say African American or Afro-American. It is permissible to say a member of African diaspora – член африканской diáspоры.

Americans used to call Indians Red Indian – краснокожие индейцы. The expression carried a negative, dismissive tone that was unpleasant to Native Americans. The result was the politically correct term Native Americans, which is now widely used. Instead, you can also say Indigenous person – представитель коренных народов. Moreover, in Canada, they use the expression first nations – that is, the first peoples who inhabited Canada. Here are some more examples of replacing incorrect words with politically correct ones in relation to nations:

- Oriental – Asian
- Jew – Jewish
- Hispanic – Latino
- Eskimo – Native Alaskan
- Tribe – people

Also in the English language, there is an interesting term non-whites, which means all people with non-white skin.

Most professions in the English language clearly emphasize the male sex, whereas in the 20th century they could be equally well engaged in women. For example, the endings -man in the names of professions began to be replaced by -person: congressman – congressperson. In other cases, the names were simply changed: fireman – firefighter, policeman – police officer, cameraman – camera operator.

To avoid sexism, you need to watch out for pronouns. In Russian, we use masculine pronouns in such sentences: «Чтобы успокоить ребенка, предложите ему почитать книгу». In English, there is no grammatical need to use the pronoun he in these cases, since there is no gender category. However, traditionally, people still say, “If a person wants to be healthier, he must work out”. This is not politically correct, because the grammar allows you to say she in such cases. In this case, there are several ways to say politically correct. You can replace the singular with the plural and use the pronoun they: “If people want to be healthier, they must work out”. Political correctness has forced some companies to change their names and the names of their products. For example, in Time magazine, the phrase Man of the Year was changed to Person of the Year.

Political correctness is spreading in all areas of society where social differences manifest themselves. If people of different faiths, health conditions, sexual orientation or wealth communicate with each other, they should be polite to each other.

In the religious sphere, political correctness in the English language is manifested in the fact that Americans began to wish each other not to «веселого Рождества», that is Merry Christmas, and «счастливых праздников» – Happy Holidays.

Political correctness has recently been actively spreading to sexual minorities, banning offensive names for homosexual people. The word gay is considered correct, but sometimes it is replaced by the soft euphemism batting for the other team. The term homosexual is best avoided; you can use the option LGBT person or more specifically gay, lesbian, bisexual, transgendered. [3]

The rules of political correctness should also be followed in relation to people with disabilities. The words invalid and disabled are not welcome in English, it is better to say differently-abled or physically challenged. Mentally retarded children are also better not to call retarded children, for this there is a term children with learning difficulties. Other examples:

- Deaf – aurally inconvenienced, hearing impaired
- Mentally ill – mentally challenged, special
- Blind – unseeing
- Farsighted – optically challenged
- Dumb – speech impaired
- Bald – hair-disadvantaged
- Fat – big-boned, differently sized, full-figured
- Disruptive children – kids with special needs

In English, there is the term ageism, which means discrimination against people by age. It is important to be politically correct towards older people. It is not recommended to use the word old, which can be replaced by mature, senior, seasoned. There are euphemisms golden-ager or chronically gifted. In addition, the period of life after 65 years is called «третьей жизнью» – third age.

The expression the poor has become less commonly used in English – бедные. This is especially noticeable in print. As soon as they did not replace this phrase – the needy, deprived, the unprivileged, low-income people. You should also avoid other terms, replacing them with politically correct ones, for example:

- Unemployed – unwaged
- Garbage man – refuse collectors

Now different groups of society interact much more with each other than before. Representatives of different cultures, strata of society, religion, gender have to communicate more often with each other. The phenomenon of political correctness arose precisely for this reason: when interacting, it is important not to offend each other. All people, regardless of their characteristics, have equal rights, but the attitude towards them remains different for historical reasons. It is possible to agree among themselves only with mutual politeness. Political correctness as a language courtesy is a great idea. It teaches people to be more sensitive, kind, understanding. It helps to take the place of another person and, if not accept, and then at least understand a different point of view.

| Incorrect word / phrase | Politically correct word / phrase |
|---|---|
| Black | African American |
| | Member of the African diaspora |
| Oriental | Asian |
| Jew | Jewish person |
| Hispanic | Latino |
| tribe | people |
| businessman | businessman |
| cameraman | cameraperson, camera operator |
| actor, actress | actron |
| fireman | fire fighter |
| policeman | police officer |
| he or she | they |
| waiter, waitress | waitron |
| janitor | environmental hygienist |
| the disabled, the handicapped, the impaired | differently abled, physically different, physically challenged, people with disabilities |

| | |
|-----------------|--|
| fat | full-figured, big-boned |
| bald | hair disadvantaged |
| deaf | hearing impaired, aurally inconvenienced |
| dumb | speech impaired |
| short | vertically challenged |
| old, elderly | golden-ager mature middlecence (40-65) an older person, senior third age (65+) |
| housewife | homemaker |

REFERENCES

1. Lingua Airlines English School. (<https://lingua-airlines.ru>)
2. EnglishDom Online school. (<https://habr.com/ru/company/englishdom>)
3. Study English (<https://study-english.info>)

УДК 378. 018. 43

Razbekova A.,
Student of Ablaikhan KazUIRandWL,
Almaty, Kazakhstan
e-mail: aniya3007@gmail.com

ҚАШЫҚТЫҚТАН ОҚЫТУҒА КӨШУ МӘСЕЛЕЛЕРИ

Бұл мақала қашықтықтан оқытудың өзекті мәселелеріне арналған. Бұл мақалада білім берудің дәстүрлі формасынан айырмашылығы, сонымен қатар қашықтықтан оқытудың студенттердің білім алуына тиімділігі мен әсері қарастырылады. Қашықтықтан оқытуда студенттер мен оқытушылар колданатын әдістер мен ресурстар туралы жазылған.

Тірек сөздер: қашықтықтан оқыту, форма, оқыту, технология, әдістер.

Разбекова Ания
бакалавр КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «5B021000-Иностранный язык»
Алматы, Казахстан
e-mail: aniya3007@gmail.com

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА НА ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ

Данная статья посвящена актуальным проблемам дистанционного обучения. В данной статье рассматривается отличие от традиционной формы обучения, а также эффективность и влияние дистанционного образования на обучение студентов. Выделены методы и ресурсы, используемые студентами и учителями в дистанционном обучении.

Ключевые слова: дистанционное обучение, форма, обучение, технология, методы.

PROBLEMS OF TRANSITION TO DISTANCE LEARNING

The term “distance learning” was firstly used in the University of State Wisconsin in 1892. This term is considered to be explained as interaction between teacher and students at a distance. Scientist Alexander Alexandrovich Andreev defines: “distance learning is a purposeful process of interactive interaction between teachers and students, indifferent to their location in space and time, which is implemented in a specific didactic system”.

In March 2020, a decision was made in Kazakhstan to transfer educational institutions to a remote work format in connection with the necessary measures to prevent the spread of coronavirus infection. During this period, an active discussion took place in the information space on the topic of whether the education system was ready for this transition. All participants in the educational process faced difficulties in organizing work

remotely. During this period, a special burden fell on teachers, who were forced to transfer their usual lessons to the online environment in a short period. Various kinds of problems have arisen, including those related to the lack of computers or smartphones with Internet access for children and teachers. At the same time, not all teachers were ready to develop new models of communication with students and teaching lessons through various means for remote work. The implementation of education during an epidemic is a difficult test not only for teachers, but also for parents. When organizing home education, it is important for the teacher to establish interaction with the student and his parents in order to achieve the maximum effect of gaining knowledge.

The goals and content of distance learning doesn't differ much from the traditional learning format. Distance learning implies the use of such a learning mode in which the student masters the educational program completely remotely using a specialized remote platform, the functionality of which is provided by the organization. All communications with the teacher are carried out through the specified platform.

Distance education is carried out using three technologies (or their combination). In the first example, we are discussing about the development of those instances which, in practice or in fact, should be handed over to students for research purposes. There can be sound recordings or handouts in electronic formats, which allow audiences to grasp the key meaning of the topic being researched, so that they can keep working with the aid of interactive resources. In this situation, intermediate certifications are in the form of submission of abstracts (in electronic or paper form) and online examinations using special systems. Such techniques offer the opportunity to obtain fantastic results in learning in solely humanitarian subjects (culturology, history, theory, etc.) which are, at the very least, paired with test management methods which require the passing of intermediate certifications in the format of responses to questions (online).

The second option for distance education is use telecommunications technologies-satellite or online media platforms that allow students not only to listen, but also to watch lessons by teachers and experts, as well as to review a range of visuals offered by the program. This educational sphere has its own leading universities, broadcasting educational programs on their own frequencies. This method is most frequently followed by different forms of online certifications and has proved to be effective in the study of subjects involving students obtaining both audio and visual content.

And the third, by far the most important technology, is the use of the Internet's capabilities. In order to carry out instruction using Internet technologies, the university arranges a special platform through which candidates, at any time that is suitable for them, not only have access to instructional and methodological content, but also all forms of intermediate credential. In addition, some educational institutions practice the participation of their students and instructors in video-conferences, the use of websites and chatting (where students can address different topics of interest to them), as well as learning methods on digital emulators during functional or laboratory work.

Analysis of the possibilities of implementing distance learning via Internet allows us to highlight these advantages:

- flexibility, an ability to practice at convenient time for yourself, in a convenient location, enough of time for mastering the discipline;

- Parallelism-training in tandem with practical practice, i.e. on the job; the ability to continually develop their quality of education; the transition to lifelong learning.

- Social equality; equal opportunity to obtain education irrespective of the place of residency, health status, elitism and material welfare of the recipient, the relative anonymity of computer networking enables people who are lost in circumstances of direct communication to speak out and contributes to the fact that the student's success is decided only by his accomplishments, without any impact on the external community.

Like any distance learning tool, Internet has its drawbacks:

- Restricted technological capabilities as well as slow modems contribute to delays in the delivery of sound, video and graphics, while the related technologies are increasingly improving;

- the lack of faith in electronic communication and training; the listeners want to see the teacher and to communicate "live" with him;

- learning success depends in part on technical skills in computer management, the net surfing, and the ability to cope with technical difficulties;

- there is a whole range of practical skills that can only be obtained by performing real (not virtual) practical and laboratory work;

- in some cases, access to Internet is still complicated;

- the diversity of ways of schooling and the pluralism of views are decreasing;

- methodological criteria for instructional and practical manuals restrict the willingness of the authors to present as thoroughly as possible the content under review, which, in the absence of a teacher, takes direct responsibility for the management of the learning system.

Study experiments compared distance education with conventional communication has found that distance learning can be as effective as traditional education. Using strategies and technology that ensure student experiences, feedback between the instructor and the student, the student's behavior at all levels of cognitive activity.

In fact, distance learning formats were intended to be introduced in a variety of ways: television lectures, online channels, as well as in several platforms.

Actually, digital transformation began in 2013 after the approval of the state program "Information Kazakhstan-2020" by Nursultan Nazarbayev.

Nevertheless, where results are available, there are enough major areas of concern: inappropriate availability of information technologies to the population; insufficient or low availability of wireless Internet access to the population, as well as telecommunications services; insufficient funding of electronic public services

In the context of digitalization, it is worth noting the "e-Learning". The aim of the e-Learning project is to establish quality educational tools and facilities and to provide fair access to them by the use of ICT. Thus, any student should be able to access modern educational tools and information system systems at any moment, from anywhere in our republic, wherever they may be.

If distance learning is not an innovation in the sense of higher education, then school education has clearly not been technologically ready for the change to such a modern regime in a short period of time, when teachers have already had to "get used" to the function of TV presenters and schoolkids, along with their family, to master the ease of the current teaching Internet-platforms and services.

The question of teacher competence in the area of information technology is defined more by the lack of established routines for using devices and new technologies than by age measures for students.

One of the downside of distance education is the decrease in the amount of interaction work with the teacher. Mostly in case of a full-time study, the instructor will change the direction of the class when a challenging task occurs for the present contingency of students, devote more time to practicing on the subject or have sufficient assignments to work on the subject. In the example of distance learning, the present regulation of the success of the assignments is challenging and it is always impossible to fix the course of the courses. . The most difficult distance learning was for university freshmen who had not yet acquired sufficient offline learning experience. A lot of students noted that distance learning is less effective than usual. A factor that can influence the effectiveness of training is attachment to physical location. And it is believed that for most young people this is not difficult than for older people who will find it much harder. In fact, communication with a computer raises a number of methodological and psychological problems. Not all students master it easily enough. This causes unwanted stress. Statistical studies show that about 30% of students use a computer to increase blood pressure, worsen sleep, and exacerbate chronic diseases. This is facilitated by not entirely comfortable conditions, as a rule, training at a later time of day.

Psychological and pedagogical problems should be noted separately. When announcing the self-isolation regime and the transition to online learning, no one knew how long it would last, mentally neither students nor teachers were ready for protracted training, so at some point we observed a decrease in activity, motivation for learning, and the development of independent thinking. This is due to both the limitation of the duration of the restrictions associated with the pandemic, the unclear conditions for taking exams for admission to the university in isolation, as well as a significant reduction in the number of direct contacts with the teacher, an increase in the volume of independent work with educational materials.

Distance education complicates the development of speech skills: speaking and writing. If writing communication requires a verification instructor, so the production of speech skills demands direct involvement in, or direct evaluation of, an instructional discussion, e.g. the avoidance of inappropriate memorizing of speech changes. The development of speaking skills requires the presence of a teacher, in which case classes in an online group are difficult, and individual support is time consuming.

The compelled transition to distance learning has revealed the government's whole technological lack of preparedness in the field of education, and the digital transition, backed by excellent economic expenditures, has not passed the quality check under its new circumstances.

Distance learning is carried out using distance learning technologies. One of the main components of distance learning is a database of educational, methodological and reference materials. Moreover, the effectiveness

of distance learning largely depends on the form in which educational materials are presented. The platforms that are used nowadays on distance learning:

- ✓ Zoom is a video conferencing and online training service. You need to download the program to use it. Free account allows you to conduct video conferences lasting 40 minutes, which introduces restrictions on the duration of the lesson. Zoom is great for individual and group lessons, students can enter both from a computer and from a tablet with a phone. Anyone with a link or conference ID can join the video conference. The platform has an integrated interactive whiteboard; you can easily and quickly switch from screen sharing to whiteboard. You can record a lesson both to a computer and to the cloud. Conveniently, you can set up auto-start recording, as well as pause it.
- ✓ Microsoft Teams is an enterprise platform that brings chat, appointments, notes, and attachments together in a workspace. You can call, write a letter, send an online message or create an online audio-video conference with one click of the mouse. MS Teams allows you to create virtual classrooms, giving students the ability to make presentations or share a digital whiteboard, chat, audio or video, and organize webinars, video lectures, or online hands-on workshops that can be recorded for offline viewing.
- ✓ Moodle is a free e-learning system. It is an open source web application that can be used to create a specialized platform for student development. The teacher determines in what form should the material should be presented, and how the activities of students should be organized. The advantage of the Moodle system is the ability to carry out verification work, testing, the results of which are automatically included in the students' electronic journals. The system supports the exchange of files of any format - both between the teacher and the student, and between the students themselves. The number of students in the system is unlimited.
- ✓ Skype has put its emphasis on video and voice communication. It opens up tremendous opportunities and prospects, and is also an indispensable means of communication for people in different parts of the world. Another advantage of the program is free registration, which makes it very popular and promotes the growth of the use of this invention. In addition, the equipment used creates all the conditions for ensuring high-quality communication. Among the above advantages, many are convinced that Skype is inherent in ease of use, excellent sound quality, and also like the function that allows you to see the image of your own video in the interlocutor's window.

Research has to be undertaken to strengthen the distance model and to better establish online educational channels in the long run, and the interpretation of this method as transient during the time of the pandemic is wrong. In view of these issues, it is important to provide some parts of the population with computers and ubiquitous access to the global network. The absence of a regulatory structure in this region has often acted as an obstacle to a qualitative shift to a distant format; the state hastily produced suitable methodological guidelines, guidance and regulations. In conclusion, the crisis, which brought the educational process into a distance mode, became the motive for re-evaluating the means and tools of digital technologies introduced into schools earlier.

REFERENCES

1. Marina Weindorf-Sysoeva, Tatiana Gryaznova, Victoria Shitova “Distance learning methodology” 2020- P. 11-13
2. Khutorskoy A. For a lesson to a distance teacher. About the All-Russian competition «Distance Teacher of the Year» // World of Internet. - 2000. - No. 8. - P. 26-29.
3. Internet magazine “Eidos”. - 2001. - March 20. - <http://www.eidos.ru/journal/2001/0320.htm>.
4. Informational Kazakhstan 2020; Zerde; <https://zerde.gov.kz/activity/management-programs/information-kazakhstan-2020/>

УДК 81-13:811.111

Сарсембаева Н.Г.

КазУМОиМЯ

Специальность: иностранная филология

E-mail: Sarsembayevanuray@gmail.com

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СМИ В ОБУЧЕНИИ СЛУШИВАНИЮ В КОЛЛЕДЖЕ

Сегодня, в XXI веке, все развивается с огромной скоростью, границы между странами стираются. Другими словами, процессы глобализации с каждым днем становятся все интенсивнее, в результате повышается интерес к иностранным языкам и качество их преподавания.

Требования государственных общеобязательных стандартов растут с каждым годом, тем самым подталкивая нас к идеи интенсификации учебного процесса. Объектом моего исследования является процесс обучения английскому языку студентов колледжей.

Ключевые слова: английский язык, обучение, обучение, аудирование, СМИ, аудиотекст.

Sarsembayeva N.G.
4th course student of KazUIRandWL
Specialty: Foreign Philology
E-mail: Sarsembayevanuray@gmail.com

USING THE MASS MEDIA IN TEACHING LISTENING IN COLLEGE

Nowadays, in XXI century, everything is developing at a tremendous speed, the borders between countries are blurring. In other words, the processes of globalization are becoming more intensive every day, as a result, interest in foreign languages and the quality of their teaching increases.

The requirements of state compulsory standards are growing every year, thereby pushing us to the idea of intensifying the learning process. The object of my research is the process of teaching English to college students.

Keywords: English language, teaching, learning, listening, mass media, audio text

One of the most important skills in teaching a foreign language is the ability to hear, to perceive a foreign language by ear, to respond adequately to what is heard, and to extract the necessary information. Despite a significant amount of researches devoted to teaching listening, this form of oral communication is still not sufficiently developed.

When perceiving by ear, a phrase as one of the units of perception is understood not by analyzing its constituent words, but as a result of recognizing informative features. Intonation is considered the most informative feature, since it has “perceived qualities”, thanks to which the listener can segment speech into syntactic blocks, understand the connection between parts of the phrase, and, consequently, reveal the content [1, p. 162].

A well-thought-out organization of the educational process (clarity and consistency of presentation, maximum reliance on previous language experience, a variety of presentation methods, and reliance on pictorial visibility) allows students to direct their attention to those moments that will help program their future activities with perceived material. Thus, I would like to emphasize once again the fact that, depending on the target setting prior to listening, perception will be either passive or be active, contributing to the successful activity of memory [1, p. 166].

Living in the age of information technology, people are accustomed to an endless stream of new information. In this regard, awareness has appeared in various fields, such as politics, economics or education. All this provides an opportunity to satisfy many of the needs of human life. Every day a person receives new information about what is happening around. The main sources of information flow are radio, television, newspapers or the Internet, which are combined into one single concept - “mass media”.

The use of mass media in the field of education, namely in foreign language lessons, is increasing every day. With the use of information technology, teachers have the opportunity to use various media to enrich the language environment of their group, help speed up the learning process, improve the mastery of the subject, and instill interest in the subject being studied.

The methodology of teaching foreign languages involves the use of mass media in the educational process as an effective means of teaching oral foreign language communication as a goal and, at the same time, as a natural result of educational activity. The special role of authentic media in teaching methods of foreign languages is that they bring students as close as possible to real information sources and “immerse” in the world of current events. The use of authentic, self-selected media texts in the classroom has a long tradition. Until recently, these were mostly newspaper and magazine articles. In recent years, television and radio programs, as well as texts taken from the Internet, have been added to the press materials. It is accepted to divide the media into visual (periodicals), auditory (radio) and audiovisual (television, documentary films).

Today's visual media provide a wealth of digital material using pictures, videos, graphs, etc. to create a more suitable learning environment. The media provides a huge amount of new material for the teacher, who can easily find information that fits the college curriculum. Also, working with printed material forms students' interest in reading and listening through a variety of information, assignments, presentation. All this in general helps the student to achieve both fluent and competent command of a foreign language.

Despite the authentic texts, for greater motivation and diversity of the educational process, teachers introduce video and audio materials for a foreign language lesson. Video and audio materials help to learn to understand speech by ear, you can also overcome the following educational tasks, for example, such as: considering dialects of the language, gaining new knowledge about the country of the target language, repeating the passed vocabulary or vice versa, expanding vocabulary, using video material for search language information and much more. All this is not only motivation for the student, but also pushes him to delve into the study of a foreign language on his own.

The process of perceiving and understanding speech by ear is ensured by the work of mechanisms such as attention, memory, probabilistic prediction and comprehension. Memory as a mechanism of speech perception plays a key role for many listeners. Short-term and long-term memory corresponds to active and passive information, respectively. Memorizing facts, details and general organization of the text is a complex thought process, since the activation of memory is limited in time. Short-term memory ensures the retention of incoming information at all stages of the process of perceiving an audio message, up to its processing and the receipt of part of the information in long-term memory. The content of short-term memory is always in the process of continuous updating and processing, as we constantly perceive new information and, accordingly, "forget" the old one [2, p 2].

When too much new information comes in, we are forced to choose a priority one, i.e. we must free our short-term memory from any other information, for example, any minor details. In this case, when listening to audio text, the strategy of focusing attention on its main idea and keywords, and not on each word, is applicable. The amount of short-term memory depends on the individual characteristics and abilities of the listener and is very limited. The function of long-term memory is to preserve the auditory-articulating images of words, phrases and syntactic structures, rules and means of their connection. This knowledge, stored in long-term memory, provides an understanding of the phrasal structure and the communicative type of the sentence in the process of listening to speech. In the process of listening to speech, the activation of the long-term memory mechanism and the extraction of images and representations take a certain period of time, which is necessary for sorting the main elements of the incoming signal in short-term memory. The receipt of new information in long-term memory also has its limitations. Our ability to perceive new facts, ideas and emotional sensations in long-term memory depends on whether they fit into our ideas, as well as on the desire and desire to remember the incoming information.

Long-term memory content, i.e. the information stored in it is largely determined by background knowledge and personal experience. To successfully comprehend and understand speech by ear, it is important to be able to use the accumulated knowledge. The stage of transferring the heard information to long-term memory is no less important. At this stage, the ability to distinguish the main from the secondary is decisive for achieving a positive result, i.e. understanding the audio message. The ability to forget insignificant information or the exact wording of a statement is also necessary, since the desire to retain every identified word in memory can sometimes lead to negative results. If the listener is able to understand each word, as a rule, he will not be able to simultaneously keep in memory the exact wording of the previous sound signal and perceive the subsequent sound signal. In this case, it is advisable not to focus on unfamiliar words in order to "keep up" with the speaker's speech and not lose the thread of presentation [2, p 3].

A high degree of concentration of attention also contributes to the success of perception and understanding of incoming sound information. From the point of view of the process of listening to oral speech, attention is the beginning of involvement in the direct process of perception and understanding. At a fixed moment in time, the listener is able to maintain a high level of concentration of attention only in the field of one source of sound information. Whenever various audio streams of information arrive, the mechanism for keeping attention on a selective object is activated, and the listener makes a decision on the choice of the priority stream of audio information on which attention is concentrated. It is difficult and sometimes impossible to keep several objects in the field of attention at the same time due to the limited scope of attention. While listening, you need to be able to control the level of concentration and highlight priority information.

The process of understanding speech by ear, according to many researchers is the most difficult of all the activities of students in the classroom in foreign language.

Recently, teaching listening as one of the aspects of teaching a foreign language has been in the focus of attention of foreign and domestic scientists: L. Vandergrift, CMC Goh, C. Mareschal, M. Tafaghdtari, G. White, M. Rost, S. Graham, E. Macaro, J. Cross, J. Chung, V. Yu. Abramov, D. L. Morozov, T. N. Chugaeva, O. V. Baiburova, S. V. Govorun, G. V. Porcescu, A. R. Masalimova, I. A. Gonchar and others. Most of the

publications of foreign scientists on this problem were devoted to the issues of identifying the essence of listening to foreign speech from the point of view of physiology, psychology, linguistics, sociolinguistics and other sciences, as well as from the point of view of various approaches to teaching foreign language.

In the process of listening to a foreign speech, students' understanding of the meaning of the text is built on the basis of their knowledge of the language system, background knowledge, knowledge of the presentation topic, and understanding of the general context of the message. That is, success or failure in this type of activity largely depends, on the one hand, on the long-term and short-term memory of students and the level of their knowledge, on the other, on their ability to correctly interpret the speaker's intentions. Thus, we can talk about the cognitive and social components of the process of perception and understanding of foreign speech by ear.

Perception and processing of information presented by ear consists of recognizing words and dividing them into semantic blocks. In this regard, the form of information presentation, including the use of visual cues and supports, is of particular importance. The process of listening to information is accelerated if students already have knowledge on the topic of the presentation, gained during other classes or self-study. Another condition for the successful perception of foreign speech by ear is the automation of the perception and processing of individual blocks of information, for example, at the phonetic, lexical and grammatical levels. Therefore, a prerequisite for the development of students' listening skills is the teacher's work to develop the skills of quick recognition by ear of sounds, words and sentences with certain grammatical phenomena [3].

Foreign scholars rightly note that the system of teaching listening in educational institutions usually boils down to checking the completeness of students' understanding of foreign speech by ear and practically does not include the process of teaching this skill [4].

In the Western methodological literature, they talk about the presence of two approaches to teaching listening (as well as reading). Bottom-up approach - an approach that involves teaching students to recognize sounds in foreign speech, then lexical units and, on this basis, integrate the meaning of the entire utterance. Top-down approach - an approach that involves teaching the conscious perception of foreign speech by ear, when the student relies on both knowledge of the topic of the presented text, background and general knowledge, and knowledge of phonetics, grammar, vocabulary, syntax, structure of the discourse of a foreign language, speech samples, intonation models. The Top down approach assumes that by understanding the context of the spoken text, students can recognize and highlight key words and phrases of the spoken text, as well as guess the meaning of unfamiliar words and thereby fill in the gaps in understanding. This approach also includes teaching students the ability to understand the stages, mechanisms of speech perception by ear and independently regulate this process. Thus, this approach provides for the development of listening comprehension skills based on students gaining theoretical knowledge about listening and students' personal involvement in this process [4, 5].

The disadvantage of the first approach lies in its very mechanism: students can recognize individual foreign words, but they face difficulties at the level of understanding the meaning of a whole sentence or text, since it is often difficult for them to divide the flow of speech into separate (albeit familiar) words. The second approach removes such difficulties, since it prepares students for the perception of foreign speech in advance, acquainting them with the listening process itself, its stages and psychological mechanisms.

At the present stage, the use of computer technologies and the Internet plays an important role in teaching English, but despite this, the problem of the effectiveness of teaching listening is still one of the most urgent. Each practicing teacher uses in his work those methods and techniques that seem to him the most effective.

In the last decade, the Internet has been gaining more and more popularity. The Internet is a special environment, which is characterized by a special language, special content and it has a large young audience. In connection with the peculiarities of a modern person as a visual in the perception of information, teaching a foreign language is increasingly focused on the use of the multimedia language, moving from using multimedia as an auxiliary, illustrative element to multimedia as a teaching tool.

The leading role of the use of information technology is how to diversify the presentation of information, make it more perceived by students and immerse students in a foreign language environment.

Also, the multimedia space for teaching a foreign language has tasks that are not only to systematize and present educational material, but also to visualize the context of the practical use of a specific educational material. Thanks to these tasks, the teacher supports the motivation of students, turns the process of acquiring knowledge into the process of developing language competencies. Since the multimedia language is multifunctional, it has various ways of transmitting information - visual (video, picture), auditory (audio material), oral (speaking) and written (texts). At first, for a long time, only printed or dubbed texts were used in teaching a foreign language, but

over time, thanks to the Internet, it became possible not only to read and listen to texts, but also to watch videos that make it possible not only to hear speech, but and observe the behavior or facial expressions of the speaker.

The advantages of using media resources in the classroom are obvious, but there are a number of tasks that need to be solved. Among them, it is worth highlighting such as the need to combine information from media sources with the material of the college curriculum, changing the habit of learning a language exclusively with the help of textbooks.

Thus, it must be said that the media have a number of advantages in teaching a foreign language, both for the teacher and for the student:

1. The media can provide us with the latest news from the countries of the target language, demonstrate interesting regional material, as well as show artistic or educational films;
2. The media provides an opportunity to create various tasks for the lesson that will help you delve into the study of a foreign language;
3. Media have a large number of illustrations, video material, due to which language learning will turn out to be more interesting both in the classroom and during independent study.

REFERENCES

1. Гальскова Н.Д., Гез Н.И. "Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика"
2. Говорун Светлана Викторовна "Стратегии учебного аудирования"
3. Татьяна Ю. Осадчая "Современные подходы к обучению аудированию на занятиях по иностранному языку"
4. Vandergrift L., Goh C. Teaching and Testing Listening Comprehension // The Handbook of Language Teaching. New Jersey: Blackwell Publishing, 2009. P. 395 – 411.
5. Young L. Listening Strategy Instruction in a Higher French Class // Scottish Languages Review. 2012. Issue 25. P. 7 – 18.

УДК : 81'366

Сейлбекова Аида

Иностранная филология, 4 курс

E-mail: aidaseilbekovaa@gmail.com

Алматы, 2021

АЛЛЕГОРИЯ И СИМВОЛИКА ЧИСЕЛ И ЦВЕТОВ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ АНГЛИЙСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ СРЕДНИХ ВЕКОВ

Эта статья в основном посвящена аллегории, символике , примерам и анализу. Информация и исследования были выполнены путем поиска в различных книгах и поисковых сайтах . Автору показывает примеры и открывал секрет чисел и цветов в произведениях. Числа и цвета - это не только слова, описывающие что-то, они имеют глубокий смысл.

Ключевые слова: аллегория, средневековые, Шекспир, цвета, числа, символика.

Seilbekova Aida

4th course Foreign Philology

E-mail: aidaseilbekovaa@gmail.com

Almaty, 2021

ALLEGORY AND SYMBOLISM OF NUMBERS AND COLORS OF MEDIEVAL ENGLISH LITERATURE

This article mainly about allegory , symbolism , examples and analysis. The information and research have executed by searching through various books and searching sites. The author he showed examples and discovered the secret of numbers and colors in works. The numbers and colors is not only words describe something they have deep meaning.

Keywords: allegory, Middle Age ,Shakespeare, colors, numbers ,symbolism

In the Middle Ages religious thinking left a very deep imprint on literature and also introduced elements of allegorical and symbolic perception of reality into literary circulation. In the assortment of literature of the Middle Ages there were many genres originating from the church, for example, religious drama, Hymn, the lives of saints, etc. In addition, ecclesiastical literature is concerned with the emergence of historiography and the treatment of biblical legends and motifs.

Almost all studies of medieval symbolism were limited to identifying its dark places. An important result of such studies was the phenomenon of surprising facts from interconnected and independent facts. The appearance of the modern mind as artificial, complex and incomprehensible was, first of all, a natural way

of expression. In other words, what was hastily used as a symbol of modern consciousness was considered an inevitable connection of ideas in medieval consciousness. After all, most of the symbols mentioned in the scriptures were related to the signs created by the Lord himself. Familiarity with medieval writings has shown that in order to understand this symbolism, it is necessary to consider them comprehensively, regardless of antiquity or modernity, by understanding metaphor or other similar ways associated with imagination.

Allegory is a literary device used by writers, with which they try to explain to the reader their attitude to certain phenomenon of life by examples that are understandable to everyone. Allegory refers to one of the most powerful means of influencing the reader's imagination.

An allegory is an artistic device based on an allegory. It belongs to a group of metaphorical tropes, where one phenomenon is depicted and characterized through another. In realistic literature, there are a number of historical genre forms that "oblige" authors to use allegories. The most famous genre belonging to this series is the fable. This series also includes: a parable, a myth, a moral, a fairy tale, and, in some cases, a novel.

Example № 1

Shakespeare sonnet 12

I have chosen Shakespeare's sonnet as the first example . Since Shakespeare's sonnets is suitable for reading by readers of all ages. The first example is Sonnet 12 and perform the analysis . In this sonnet the author used an allegory of colors.

*When I do count the clock that tells the time,
And see the brave day sunk in hideous night;
When I behold the violet past prime,
And sable curls, all silvered o'er with white;
When lofty trees I see barren of leaves,
Which erst from heat did canopy the herd,
And summer's green all girded up in sheaves,
Borne on the bier with white and bristly beard,
Then of thy beauty do I question make,
That thou among the wastes of time must go,
Since sweets and beauties do themselves forsake
And die as fast as they see others grow;
And nothing 'gainst Time's scythe can make defence
Save breed, to brave him when he takes thee hence. [1]*

This sonnet is about the inevitable flow of time. In the octet (the first 8 lines of the sonnet), The speaker uses several images to convey the truth that all the young, lively and Bright will disappear and eventually die. He uses color images to make his point of view clearer.

The opening line of the poem establishes the subject: the clock to always moving forward. From there, the speaker seems to look around in search of evidence of the flow of time. He notices that the bright afternoon sun descends to the «violet past prime». He describes this dark blue / purple sky at night until the sky turns black. Only the light sign remained. The life of the day was ruined before the death of the night.

In the next line, the curls of his hair (or other people's hair) are compared. Straw coat of rich dark brown or black color. This is the hair of a young man. As this person gets older, the hair is gradually (silver) with White Old Age Hair.

The following three lines describe the change of seasons. He describes the green color of summer when trees provide shelter, and compares it to empty trees that now have no color and are covered with a" white and bristly beard " of frost or snow. The season was dead short of summer.

It creates its endpoint in the last lines of the SX sonnet (sextet). He said that everything beautiful must eventually die-the days, the hair (Man), the seasons. Nothing can stop this natural cycle, but the birth of children at least allows the natural beauty of man to continue (not completely disappear), because this child carries the beauty of modern man.

The colors in the poem symbolize the passage of time. "violet past Prime" is the color of the sky at sunrise. It symbolizes the beginning of life. Purple color symbolizes loyalty, future, energy and knowledge. The straw is silvery with dark brown and white notes, which turn gray as they grow older.

Summer Green is a real reference to life. The summer green (life) is replaced by a stretcher, that is, the person who was born dies or is placed in a coffin (stretcher). Green, collected, layered and placed in a coffin,

symbolizing life, now has a white beard that indicates old age. Human Reproduction and the change of seasons in nature are the only ways to deal with the inevitability of the flow of time. Colors mean transition.

Example № 2

Edmund Spenser «A Ditty»

“See, where she sits upon the grassie greene,
(O seemly sight)
Yclad in Scarlot like a mayden Queene,
And Ermine white.
Upon her head a Cremosin coronet,
With Damaske roses and Daffadillies set:
Bayleaves betweene,
And Primroses greene
Embellish the sweete Violet. (ll. 55—64) [2]

Colin Clute, Spencer himself, doesn't always succeed Shepard; however, when she is successful at this point, Eliza creates her own image. Along with others

the colors of the lights, the “green” color used above (one noun- the color of grass, and another adjective for primroses that do not yet exist fully blooming), enhances the feeling of freshness, encourages and pleases with the desire to combine it with literary fame and noble grace .Green was considered especially suitable for young girls. According to Nash, who is usually given a green dress celebrate the arrival of spring. This color was associated with England, as well as on the continent, received him with love and, consequently with joy.

The choice of dress color corresponds to the happy ending of youthful love. Armada died in love work, says: “Green is really the color of lovers” (I. ii. 86). The doctor tries on “ two noble relatives to comfort the prison officer’s daughter, the groom said: “Sing her such a green song , according to him, the love songs that Palamon sang in prison” (IV, iii. 86). The green color, symbolizing joyful love, symbolizes the second aspect of love in the English literary tradition: immorality, instability and deceit.

Example № 3

Shakespeare “Macbeth”

Macbeth’s Triplets: 3 Witches who Appear 3 Times (Act 1 Scene 3, Act 3 Scene 5, Act 4 and Scene 1)

Macbeth’s 3 titles: “Thane of Glamis”, “Thane of Cawdor”, and “King of Scotland”.

3 things the drink provokes : 3 assassin’s creed 3 King 3 phenomena rehearsal 3 (three times)

Shakespeare used the repetition of the number 3 and the advice of the Bible to draw attention to it and pay special attention to it. Using it as a means of demonstrating evil, he emphasizes the tragedy of the moral order, which is the consequence of the regicide, which is the main motive in Macbeth.

So what means number «3» ? Firstly , in religion this number means 3 big Goddess :The Hindu Trimurti , Christian Holy Trinity ,The Great Chain of Being(hierarchical structure mother of all life). It is believed that this is predestined by God any violation of the order will lead to terrible consequences(mentioned about 460 times). Also Christ was dead for 3 days and nights before He rose again. Secondly, in Math 3 means the first odd prime number and the noblest of all numbers. Thirdly , in sport people think that 3 means ‘unlucky game’.

The familiarity of these productions shows that numbers and colors need to be considered in a complex, for to understand the meaning of symbolism only by realizing the metaphor or other similar trope associated with the imagination, regardless of whether the meaning is new or modern . Color and number can mean different things in a poem . In the article, this is proved by examples, and there are also different opinions about the symbolism . All the examples are selected to show a bit of an allegory of colors and numbers.

REFERENCES

1. Copyright 2001-2014 © of this site belongs to Oxquarry Books Ltd
<http://www.shakespeares-sonnets.com/sonnet/12>
2. www.PoemHunter.com - The World’s Poetry Archive
https://www.poemhunter.com/i/ebooks/pdf/edmund_spenser_2012_7.pdf
3. Золотой Фонд мировой классики , Уильям Шекспир . НФ «Пушкинская библиотека» ,2005
4. Винсент Хоппенр « Числовая Символика Средневековья.Тайный смысл и форма выражения» .

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА: МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

В статье рассматривается проблема соотношения и взаимосвязи языка, культуры, этноса. Библиографическая ссылка: Казымова Л.А. Язык и культура: о специфике лингвокультурологии / Л.А. Казымова.

Хохлова И. Н. Межкультурная коммуникация. Концепция, уровни, стратегии / И. Н. Хохлова. - Текст: прямой // Актуальные проблемы филологии: материалы I Интернационала. научный. конф. (Пермь, октябрь 2012 г.). - Пермь: Меркурий, 2012. - С. 98-101.

Ключевые слова: общение, лингвистика, культурология, культурология, язык, культура

Smagulova A.,

Student of Ablaikhan KazUIRandWL,

Almaty, Kazakhstan

e-mail: pi1245669@gmail.com

LANGUAGE AND CULTURE: INTERCULTURAL COMMUNICATION

The article discusses the problem of the correlation and interconnection of language, culture, ethnus. **Bibliographic reference:** Kazymova L.A. Language and culture: on the specificity of linguoculturology / L.A. Kazymova.

Khokhlova, I. N. Cross-cultural communication. Concept, levels, strategies / I. N. Khokhlova. - Text: direct // Actual problems of philology: materials of the I International. scientific. conf. (Perm, October 2012). - Perm: Mercury, 2012 .-- S. 98-101.

Keywords: communication, linguistics, cultural studies, cultural linguistics, language, culture

Language is one of the most important categories of culture, since it is through language that a person's worldview is formed and expressed. A person throughout his life lives in the space of language. However, language is not only a means, it is also the environment in which a person is formed and lives, which determines life experience. You can even say that a person lives, as it were, inside the language, constantly experiencing its influence on himself. Equally, language makes it possible to get to know other cultures.

Language does not simply reflect the human world and culture. The most important function of language is that it preserves culture and transfers it from generation to generation. That is why language plays such a significant, and even decisive, role in the formation of an individual, national character, people, nation.

Language is a human phenomenon that connects mental life and social and cultural life. The mental aspect is characterized by the processes of cognition, comparison, generalization. The social aspect, in turn, because a person does not live alone on a desert island. He lives among people. And communication, in which he receives and gives, occurs through the language. But what is the cultural aspect?

Language is a mirror, a treasury, a storeroom of culture. It reflects not only the real world surrounding a person, but also the public self-awareness of the people, its mentality, national character, lifestyle, traditions, customs, morality, value system, attitude and vision of the world. He also preserves cultural values - in vocabulary, in grammar, in idioms, in proverbs, sayings, in folklore, in fiction and scientific literature, in the forms of written and oral speech. In addition, the language facilitates the adaptation of a person in the environment, helps to correctly assess objects, phenomena and their relationship, contributes to the identification of objects of the surrounding world, their classification and ordering of information about it, and also contributes to the organization and coordination of human activity.

Cultural linguistics analyzes the mental, cultural and mental characteristics of representatives of different ethnic groups, which makes it possible to identify the features of their cultural values, the specifics of the concepts of the material and inner world of a person.

In order to understand the term intercultural communication, you first need to understand what communication is in general.

Communication can be considered a necessary and universal condition for human life and one of the fundamental foundations of the existence of society.

With the appearance of the works of N. Wiener, K. Shannon, W.R. Ashby, our domestic scientists A.I. Berg, A.N. Kolmogorov, M. Bakhtin and other terms "communication", "information", "information

exchange”, “dialogue” have become widespread in various branches of science and have become almost the most ambiguous. By the early 1960s. only in foreign philosophical and sociological literature there were about a hundred definitions of communication. It is safe to say that today there are an order of magnitude more such definitions. Therefore, everyone who is interested in the results of scientific research in this area is faced with a rich range of points of view, aspects, sections, attempts at a general theoretical and special approach to the study and understanding of communication.

Consider Mikhail Bakhtin's communication model. The scientist introduces two basic ideas into his communication model: dialogicity and carnivalization. Exploring the idea of “I” and the Other, which is key for his creativity, Bakhtin introduces dialogism of understanding, personality and infinity of meaning into a single context. This convergence is based on the idea of two forms of cognitive activity: monological - cognition of things and any objects of knowledge (including people) as things, and dialogical - cognition of another subject. Monologism, according to Bakhtin, denies the existence outside of oneself of another equal consciousness, another equal “I” (“You”). With a monologue approach, the “Other” remains only an object of consciousness, and not another consciousness. Dialogism, according to Bakhtin, is inherent in the nature of consciousness, the nature of human life itself. The true life of a person takes place at the point where a person does not coincide with himself; it is accessible only to dialogical penetration into it, to which it reveals itself in response and freely.

Understanding the human personality, as Bakhtin shows, is possible only through dialogue. A person from within himself can neither understand himself, nor even become himself. “Alien consciousness cannot be contemplated, analyzed, defined as objects, as things - one can only communicate dialogically with them.” To grasp the personality as a whole, a position of out-of-reach is needed, which denies as a characteristic of the “philosophy of life” the way of feeling, getting into the soul of another person, leading to merging with the experiences of another, losing oneself, dissolving in another, and, as a result, to loss positions of out-of-accessibility and the ability to see the other as a whole, and the way of reification of people, characteristic of the natural science paradigm, of one-sided objectification. In this case, there is a risk of overlooking the most essential in a person - his freedom, incompleteness, non-coincidence with himself. At any moment of his existence, Bakhtin notes, a person has in himself, in addition to what we “objectively see” in him, also opportunities. Therefore, a person never coincides with himself, with what he “already” is; he is able to refute the characterization given to him by others or by himself. Therefore, the true life of a person takes place, according to Bakhtin, as if at the point of this non-coincidence of a person with himself, at the point of his going beyond the limits of everything that he is as a material being, which can be spied on, determined and predicted against his will. In other words, the personality cannot be revealed either as an object of indifferent neutral analysis, or by means of feeling - it itself must reveal itself in a dialogue with the “Other”.

According to Bakhtin, the unity of the world is ensured by dialogue, which brings into unity a multitude of individual centers-consciousnesses, and the world does not disintegrate into solipsistic monads.

Bakhtin philosophically comprehended and presented a new - polyphonic - picture of the world, which was more adequate to the worldview of the 20th century than the monologic views of the era of the New Age. Polyphonic thinking, Bakhtin noted, has access to such aspects of a person, and above all the thinking human consciousness and the dialogical sphere of his being, which do not lend themselves to artistic assimilation from monologic positions. Bakhtin assigned the decisive role in the creation of a new artistic model of the world to F.M.Dostoevsky, believing that the philosophical and artistic discoveries of this writer had not yet been sufficiently comprehended and appreciated.

Intercultural communication. This term refers to an adequate understanding of two participants in the communicative act, belonging to different national cultures.

The concept of “intercultural communication” is derived from the concepts of “culture” and “communication”.

Intercultural communication is characterized by the fact that when representatives of different cultures meet, each of them acts in accordance with their own cultural norms. The classical definition is given in the book by E.M. Vereshchagin and V.G. Kostomarov’s “Language and Culture”, where intercultural communication is understood as an adequate mutual understanding of two participants in a communicative act belonging to different national cultures [1, p. 26].

The problem of intercultural communication is not limited solely to the language problem. Knowledge of the language of a bearer of another culture is necessary, but not yet sufficient for adequate mutual understanding of the participants in the communicative act. Moreover, intercultural communication presupposes the existence of not only differences between two different languages, but also differences in the use of one language. Thus,

representatives of the English-, French- and German-speaking countries, despite the common language, will not necessarily belong to the same culture.

Language is the source of folk culture, psychology and philosophy, the cradle of the history of the people and their spirit. Currently, the generally accepted point of view is that in the culture and language of each nation, there are both universal and national components. Universal meanings, equally understood by all people in the world or by representatives of certain cultures, create the basis for intercultural communication, without them intercultural understanding would be impossible in principle. At the same time, in any culture there are specific cultural meanings enshrined in language, moral norms, beliefs, behaviors, etc. The connection between language, thinking and culture demonstrated above is part of the one developed in the 20th century. semiotic approach to culture, considering culture as a set of signs and texts. It can be concluded that cultural linguistics is a humanitarian discipline that studies material and spiritual culture embodied in a living national language and manifested in linguistic processes. It allows you to establish and explain how one of the fundamental functions of language is carried out - to be an instrument for the creation, development, storage and transmission of culture. Its goal is to study the ways in which language embodies in its units, stores and translates culture.

The main areas where language and culture actively interact should be identified. These areas are: 1) phraseological fund of the language; 2) mythologized linguistic units: mythologemes, archetypes, ceremonies, beliefs, rituals and customs enshrined in the language; 3) standards, stereotypes, symbols; 4) paremiological fund of language; 5) the area of speech etiquette; 6) culture codes; 7) speech behavior; 8) concepts of culture; 9) cultural values.

Therefore, we can conclude that the units of language that have acquired symbolic, standard, figurative and metaphorical meaning in culture and generalized the results of human consciousness proper - archetypal, prototypical, are myths, legends, rituals, religious discourses, poetic and prosaic literary texts, phraseological units, metaphors, symbols, paremias, sayings, proverbs, parables, aphorisms, idioms, etc.

The relevance of their study is growing every day. This issue acquired particular relevance 20 years ago, largely under the influence of the cultural-philosophical (and, more narrowly, linguo-philosophical) ideas of M.M.Bakhtin and all this time has not left the pages of humanitarian research, including linguistic ones. The urgency of this problem is especially high in the field of linguodidactics. Questions of the relationship between language and culture naturally arise in the process of teaching a foreign, generally non-native language. Research approaches to culture are possible, on the one hand, 1) as a phenomenon of a world, global scale and 2) as a phenomenon, the existence, development and individual uniqueness of which are determined by socio-cultural and cultural-historical circumstances and the realities of the historical life of a particular people. On the other hand, the study of culture presupposes the interpretation of socio-cultural and cultural-historical information in the aspects of cultural linguistics, since culturally significant information is carried and contained by linguistic units (and linguistic categories). In the circle of this (last) problematic, two directions of scientific research are relevant: 1) from a specific linguistic unit to its socio-cultural and cultural-historical interpretation, nationally oriented; 2) from a sufficiently representative and / or thematically limited, but completely self-sufficient fragment of culture in the general context of national culture, taken as a whole (for example, the sphere of folklore) or limited by the historical framework, the framework of a particular section of culture (music, theater ...), genre -thematic framework (humor, parody, literary and historical reminiscences) to linguistic units expressing the corresponding semantic and expressive content.

Thus, cultural linguistics, which arose at the “intersection” of a number of related sciences and sections of linguistics, such as: cultural studies, linguistics, ethnolinguistics, sociolinguistics, closely interacts with them, but in comparison with them has its own specificity and its own special, “integrative” aspect of study problems “language and culture”. Cultural linguistics is a complex scientific discipline of a synthesizing type that studies the relationship and interaction of culture and language in its functioning and reflects this process as an integral structure of units in the unity of their linguistic and extra-linguistic (cultural) content using system methods and with an orientation towards modern priorities and cultural institutions (system of norms and universal values) [6, p. 37]. Cultural linguistics is a new research paradigm for the process of scientific and cultural thought about language and culture. It not only expands the range of a research idea, but also allows a deeper and more multifaceted understanding of its possibilities. Thus, cultural linguistics, in view of the wide range of issues under consideration, methods, subjects and research objectives, deserves to be an independent section of linguistics.

LITERATURE

1. Kazymova, L.A. Language and culture: on the issue of the specificity of linguoculturology / L.A. Kazymova. - Text: direct // Philology and linguistics. - 2018. - No. 3 (9). - S. 19-22. - URL: <https://moluch.ru/th/6/archive/107/3767/> (date of access: 26.01.2021).
2. Deuze M. (Dese M.) The Web and its journalism: Considering the consequences of different types of newsmedia online // New Media & Society, 5 (2), 2003. - URL:
3. <http://jornalismocontemporaneo.files.wordpress.com/2011/02/jornalismo-e-web.pdf> (date of treatment 01/05/2020). David Randall Universal Journalist. SPb. National Press Institute, 2000 (Electronic resource)
4. <http://evartist.narod.ru/text12/38.htm> (date of treatment 01/15/2020).
5. Maidanova L. M., Kalganova S. O. Practical stylistics of genres Media: textbook. pos. Yekaterinburg: Humanitarian University, 2006.334 p. Site of the electronic newspaper Moskovsky Komsomolets. <https://www.mk.ru/> (date of treatment 01/15/2020)
6. Blog platform LiveJournal (Live Journal). <https://www.livejournal.com/> (date of treatment 01/15/2020).
7. Alexander Amzin Internet news journalism: A textbook for university students. M.: Publishing house "Aspect Press", 2012. - 144 p. Valgina NS Active processes in modern Russian language. M.: Logos, 2003. -- 304 p.
8. <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook050/01/index.html> (date of access January 20, 2020).
9. Merriam-Webster's Dictionary. <https://www.merriam-webster.com> (date of access 01/21/2020).
10. Shakirov A. I. Transformation of the journalistic text in the context of globalization of society // Scientific notes of Kazan University. Humanities series, no. 6, volume 156. - 2014.

УДК: 81.25

Soyirgaz Feyzanur

4th course Foreign Philology

E-mail: f.soyirgaz@gmail.com

Tel: +77783181440

Almaty, 2021

BUSINESS ENGLISH AND COMMON VOCABULARY IN MODERN LANGUAGE

This article is mainly about Business English, common words, phrases, idioms, as well as neologisms. The information and research have executed by searching through various social media platforms and job searching sites. The author underlines that business English is not just a part of ESP but an entire cultural phenomenon that has its colloquials, jargon etc.

Keywords: vocabulary, business English, idioms, phrases, words, neologisms, lingua franca, jargon, colloquial.

Сойыргаз Фейзанур

4 курс иностранной филологии

E-mail: f.soyirgaz@gmail.com

Алматы

ДЕЛОВОЙ АНГЛИЙСКИЙ И СЛОВАРНЫЙ СОСТАВ В СОВРЕМЕННОМ ЯЗЫКЕ

Эта статья в основном о деловом английском, общих словах, фразах, идиомах, а также неологизмах. Информация и исследования проводились путем поиска через различные платформы социальных сетей и сайты поиска работы. Автор подчеркивает, что деловой английский - это не просто часть ESP, а целый культурный феномен, имеющий свои разговорные выражения, жаргон и т. д.

Ключевые слова: лексика, деловой английский, идиомы, фразы, слова, неологизмы, lingua franca, жаргон, разговорный язык.

Language, certainly, is one of the most interesting aspects of our lives because it is alive and a constantly changing phenomena. As we can all agree, the main purpose of language is communication. As Sapir defined: "language is a purely human and non-instinctive method of communicating ideas, emotions, and desires by means of a system of voluntarily produced sounds. The definition of Sapir expresses that language is mainly concerned with only human beings and constituted a system of sounds produced by them for communication." [1] With that in mind, there are many aspects and areas of our lives that we use various kinds of languages (body language, small talk, business language, tech language etc.)

Globalization made learning English a necessity and knowing general English and having basic skills were not enough for the certain areas of lives like business world. Furthermore, there were a distinct need for knowledge of English for specific purposes. According to Maia Kutatelazde from the International University of

Black Sea, the emergence of Business English had begun in 1960's. However, an article by Nigel Holden from Leeds University Business school that concerns with the history if Business English dragged my attention. As stated in his work “A brief history of the language of business in three snapshots.” Business English dates back to the Ancient World of the Mediterranean. He states “After all one had to know how to speak to august patrons, to fractious suppliers, to fastidious customers, to unruly mule drivers, to exotic foreign business partners, barbarian or otherwise, and, last but not least, to the capricious gods. The often momentous travels of merchants required them to be, as we would say today, effective intercultural communicators in their business dealings, and with all manner of strange fellows at that. They might actually speak the latter’s language passably well, or use a serviceable lingua franca, or simply strain to convey bonhomie and trustworthiness in their own unintelligible tongue, and all the while listening to the babble of those strange fellows as if their utterances were actually scintillating.” [2]

For me, business English is a type of language that is a lingua franca and has jargon elements as well as colloquial components. Moreover, I believe, that this kind of formation requires a certain level of authentic culture. It was no surprise that there is actually a “Business Culture”. Ethics, etiquette and behavior is related to this culture and is a key component that has an effect on the strategic direction. Furthermore, with every new trend that enters in business culture, there is new words and phrases.

There are always initial materials to every area of ESP (English fro Specific Purposes) which is the most common words and phrases that has been in use and will be in use. The following tables (Table A, Table B) will demonstrate those initial words, phrases and idioms in Business English.

| WORD OR PHRASE | MEANING | ETYMOLOGY | EXAMPLE |
|-----------------------------|---|---|--|
| Business Plan (Phr.) | A document putting out a business’s forthcoming objectives and strategies for fulfilling them. | Old English <i>bisigins</i> ‘anxiety’ + French <i>plant</i> ‘plane surface’, Italian <i>painta</i> ‘plan of building’ | The Company has pitched its business plan for March. |
| Balance Sheet (Phr.) | Aimed to provide a snapshot of the company’s current situation to compare with the business plan. | Latin <i>bilanx</i> ‘having two scale plans’ Germanic <i>scēte</i> ‘to project’ | In attempting to create this balance sheet, we must address two questions. |
| Start-up (Phr.) | A brand new business | 1550’s “upstart” 1845 start (v.) + up (adv.) meaning “action of starting up” | Good confidence is the key for a start-up. |
| Forecast (n.) | Predictions of business’ future aspects. (Like a weather forecast) | Late 14c. “To scheme” | He was reading business forecast for Apple Inc. |
| Marketing (n.) | The promotion of a product or a service. | Latin <i>mercatus</i> ‘buy’ | Meeting for the marketing strategies of the new product is proceeding. |
| USP (Abbr.) | Unique Selling Proposition. Unique profit displayed by a company. | 1940’s in successful advertisements | The USP must be strong and move the masses swell as attract new customers. |
| HR (Abbr.) | Human Resources. | | The new marketing specialist was called in Human Resources |

Table A

Other common business English words an phrases are: **Recruitment (n.)**, **Public Relations (Phr.)**, **Minutes (n.)**, **Cold Call (Phr.)**, **Strategy (n.)**, **Financial Statements (Phr.)**, **Selling Point (Phr.)**, **Credit (n.)**, **Equity (n.)**, **Brand (n.)**, **Scalable (adj.)**, **PR (Abbr.)**

As in every macro and micro culture, there are idioms that has been used to richen the speech. For Business English they are:

| Idiom | Meaning | Root | Example |
|----------------------------------|--|--|---|
| A long shot | Something unlikely to happen. | Sports, when a player tries to shoot from far away. | Hoping to get a rise is a long shot these days. |
| Back to the drawing board | To start something again because the outcome was not satisfying or correct | Schools, when a student couldn't solve an equation. | Let's get back to the drawing board to fix the problem. |
| To learn the ropes | To learn the basics of something | Sailing ships, in the sailing ships every rope has a purpose, In order to able to sail you should learn the ropes. | Before getting into the finance you should learn the ropes. |
| By the book | To follow the rules strictly | Politics, book means the constitution. | Sometimes you should not do things by the book and follow your instincts. |
| The bottom line | The final profit margin of a business when all the costs were paid. | The bottom line at the bottom of a financial document. | Shareholders care about the bottom line the most. |
| To think outside the box. | To be creative. | Traditional topographical puzzle, nine dots puzzle. | In order to succeed in screenplay you must think outside the box. |
| Touch base | To contact someone. | Baseball, touch base in order to make the run legal | I will touch base later. |
| Back to square one | To start from very beginning because of lack of progress in something. | Football, when listeners listen a football game they draw imaginary squares and the square one if the goalmouth. | We are back to the square one because the strategy wasn't working. |
| Bring to the table | To offer something beneficial. | When someone made something delicious and everyone will enjoy it, she or he will bring in to the table. | He brings his leadership qualities to the table. |

Table B

As mentioned before language is alive and it means that it is constantly in change. With developments, inventions and events there can be new words (neologisms) in the language. Of course, they are not entirely official but highly used in everyday speech and slang language. For business language there are some neologisms that I think worth mentioning and will be in use in the future. The table (Table C) demonstrates the neologisms in the business English.

| Neologism | Meaning | Root | Example |
|-------------------------------------|---|--|--|
| WFH (Abbr.) | Working From Home | With the Covid-19 pandemic majority of the business life continued remotely. | Just got a message from the company we will WHF for the next couple months. |
| Side Hustle (Phr.) | Additional incomes that a person has besides his main job. | Emerged as its contemporary meaning in 2017, became popularly used in 2018-2019 | Every teenager has a side hustle these days. |
| To swipe up (idiom) | The action of swiping your finger in order to visit a sited link in an instagram story. | Instagram introduced this feature in 2019 | Swipe up to see the items I have ordered! |
| Next tomorrow (adv. of time) | The day after tomorrow. | Originated in West Africa. [4] | The meeting will be held next tomorrow. |
| To MacGyver (v.) | To repair something in improvised manner. | A TV show character called Angus MacGyver from 1990's. | He Is good at MacGyver the broken things at home. |
| Screen time (Phr.) | The amount of time a person spends on his phone. | 2017, when its damage has been recognized and social media had a boom. | My screen time this week is lower than the last week. |
| Hir (n.) | Neutral pronoun and possessive determiner. | Him + her. Goes back to the early 20th century known as "hier" | I had a chance to meet hir. |
| Droning (v.) | To use drone. | Etymologically comes from Old English 'male bee'. Contemporary origin is the machine with propellers that is being used to shoot a video or photograph from the sky called drone | He is droning to capture the beauty of the valley t the moment. |
| Buzzy (adj.) | Generating a good amount of excitement. | Derived from the word "buzz" | Hollywood is a master of creating buzzy trailers for its Marvel Universe movies. |
| Savvy (n.) | The skill to make excellent judgements, to be good at something. | From the late 18th century Spanish you know 'saber'. Black and pidgin English imitating it. | I am not a marketing savvy. |
| Giveaway (n.) | Lotteries that held by social media influencers. | First known usage was in 1800's but it went popular with the recent social media boom. | The winner of the giveaway will be announced in my IG stories, stay tuned! |
| Home office (Ph.) | Places created for remote work specifically due to the pandemic. | 2020, with the COVID-19 pandemic. | Home office furnitures were in sale in target this week. |

Table C

To sum up, it is clear that Business English has become one of the biggest parts of ESP which is also a portion of our daily dialogues. The wide usage and its culture made it a developed area and even started to have its own idioms and neologisms. It may look like business English emerged in the industrial age but in fact it

has been in our lives since ancient times. Not only in English language but the other languages have also been developed similar area of usage. For instance, in Turkey business centers are called “plaza” and there is a notion called “plaza language” which means the language that is being spoken in business centers which is equivalent to business English. Furthermore, majority of job notices includes knowledge of business English as a requirement for employees. It is vital to know certain level of business English in our professional lives these days.

REFERENCES

1. English Finders, *Definition of language by Scholars*, 2018, Internet source [URL]: <https://englishfinders.com/definition-of-language-by-scholars/amp/>
2. Nigel Holden, *A brief history of the language of business in three snapshots*, Leeds University Business School, For publication in the proceedings of the 9th International GEM & L Workshop, Helsinki, June 2105
3. “Slow-walk.” *Merriam-Webster.com Dictionary*, Merriam-Webster, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/slow-walk> Accessed 26 Jan. 2021. Internet source [URL] : <https://www.merriam-webster.com/dictionary/slow-walk>
4. Lexico Powered by Oxford, Next tomorrow, internet source [URL]: https://www.lexico.com/definition/next_tomorrow
5. Linguamarina, Youtube, 50 Phrases in Business English, 12.07.2018.
indeed.com, job searching site.

УДК: 82.09

Turalkhanova Aidana

4th course

Foreign Philology

E-mail: turalkhanovaa@gmail.com

Almaty

ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СВОЕОБРАЗИЯ И ИСТОРИЧЕСКОГО ПРОШЛОГО В ЛЕКСИКЕ БРИТАНСКОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

English is one of the most important languages all over the world. Today it is being spoken almost in every part of the world. It is the native language of America, Britain, Australia, Canada, New Zealand and Ireland. Currently, nearly two billion people around the world understand this language . It is the official language of some countries like Pakistan, India, China and Singapore. It is the language of commerce, trade, internet, diplomacy and science. It is also the language of United Nations and many other organizations. Now it has become a connecting language worldwide. In this paper I will discuss the history of English vocabulary. In the study of English , it is essential to know about the history of English.

“The more we learn about where the language has been, how it is structured, how it is used, and how it is changing, the more we will be able to judge its present course and help to plan its future.” These words belong to the British philologist and linguist David Crystal. It is impossible to predict the future of a language without understanding how it works and how it serves people, without knowing its past and present.

The connection between the history of the language itself and the history of the development of the people is very important. To know the history of a language, you must first know the history of that country.

History of vocabulary

English is a west Germanic language with its origin in England; it is most closely related to German and Dutch. Historically, English is divided into four periods: Old English (450-1066), Middle English (1066-1500), Early Modern English (1500-1700) and Late Modern English (1700 to the present).

Old English (500 – 1100AD)

The immediate ancestors of the English people are the Germanic tribes of the Saxons, Jutes, Angles and Frisians, who penetrated the territory of Britain in 449. Since the number of these tribes far outnumbered the Celtic ones, gradually the Anglo-Saxon dialect completely replaced the Celtic dialect from use.

In 597 A.D. the general Christianization of Britain begins. Before that, the tribes of the Anglo-Saxons were pagans. The Roman church sent the monk Augustine to the island, who gradually began to convert the Anglo-Saxons to Christianity through diplomatic means. The activities of Augustine and his followers brought tangible results: by the beginning of 700 AD. a significant part of the population of the British Isles professed Christianity.

Such a close fusion of cultures is reflected in the language. Many words appeared that were borrowed at this particular time. For example, school - from lat. schola “school”, mount - from lat. montis (genus pad.) “mountain”, pea - from lat. pisum “peas”, Priest - from lat. “presbyter”.

According to rough estimates of linguists in this era, the English language borrowed more than 6 hundred words from Latin, not counting their derivatives. These are mainly words related to religion, church, and government.

The work of the Venerable Beda (Beda Venerabilis), the first English historian and educator, who was the first to translate the Gospel from Latin into Anglo-Saxon, dates back to this time. The work of the Venerable Bede had a significant impact on the development of the language and is an important stage in the history of the English language.

During ninth and tenth centuries and into eleventh, Norwegian and Danish Vikings made an important impact on English language. Many North Germanic words entered into English during that period. Many words beginning with *sc* and *sk* were entered into English at that time from Scandinavian languages, e.g. *score, scorch, skill, skin, skirt, sky*. This formed an interesting combination, because Old English was very alike to this close Germanic. For example,

| Old English | Norse loan |
|-------------|------------|
| shrub | scrub |
| lend | loan |
| rear | raise |
| shirt | skirt |
| craft | skill |

Old English adopted several hundreds of Norse words, among them *till, flat, they, skin, egg, birth, bull, gap, quest, leg, egg, sister, skin both, some, their, them, they, are, call, die, drown, get, give, lift, raise, take, etc.*

The North Germanic speech had a significant influence on English which added basic words like “*that*”, “*they*” and “*them*”.

Most commonly used words in modern English have Old English roots. Like water, strong, the, of, a, he and no. Some other basic words that are uses in modern English are derived from Old English . One of the significant works in Old English is the epic poem Beowulf, which is one of the best examples of Old English literature . The Old English period ended when William the Conqueror, Duke of Normandy conquered England in 1066

Middle English (1100-1500)

William the Conqueror becomes king, Norman by birth. Since that time, the era of three languages begins in the history of the people. The language of the aristocracy, the courts became French, the language of science remained Latin, and ordinary people continued to speak Anglo-Saxon. It was the mixing of these three languages that gave rise to the formation of modern English. This class distinction can be seen still in Modern English words like, *beef and cow, pork and pig*.

The upper class generally ate *beef* and *pork* and used these words while the common people, who tended the cattle and hogs, retained the Germanic and ate *cow* and *pig*.

This resulted in an enormous borrowing of French words into English vocabulary. During this period, English borrowed many words from Old French. . Here we have a list of borrowed word of French;

Government: liberty, majesty, minister, peasant, parliament, prince, realm, sir; tax, tyrant, trial, government, crown, country, baron, duke, court

Religion: virgin, trinity, solemn, miracle, immortality, sermon, salvation, saint, abbey, baptism, pity, prayer, religion, mercy, confess, charity, cathedral

Military: ambush, captain, defend, guard, retreat, spy, soldier, navy, battle, army, moat, arms, enemy, peace.

Geoffrey Chaucer greatly influenced Middle English. Chaucer's Canterbury Tales, written in Middle English, withstood French pressure. Middle English language changed greatly under the influence of the conquests, but survived and received new strength for development. Chaucer laid the foundation for English literature.

In 1470, the Royal Chancellery Standard was adopted, regulating the use of English in documents. From this moment, the formation of the early version of modern English began. A spelling system appeared, which laid the foundation for existing grammatical and punctuation rules.

The Middle English period came to an end around 1500 with the rise of Modern English.

Early-Modern English (1500-1800)

Many exciting things happened to the English language from around 1500 until 1800. This period of time saw the effects of the Renaissance in art and literature with its strong influence on language growth.

During the Renaissance, the English language actively borrowed lexical constructions from French, German, Dutch, Latin, and Ancient Greek. In the 14th and 16th centuries, the so-called Great Vowel Shift occurred, which changed phonetics. Long vowels appeared, transforming the conversational style of speech.

characterized by the onset of a great vowel shift. Thanks to this, the sound of a significant part of the words borrowed by English from other languages has changed significantly. In parallel with this, the spread of the London dialect among officials and representatives of the monarch in different parts of the kingdom. Against the background of pronounced differences in the pronunciation of words, local accents and dialects are formed.

The famous lines of Hamlet, "To Be or Not to Be," were written by Shakespeare in Early Modern English.

This fact, as well as the arrival of the Renaissance, led to the fact that many new words and phrases entered the language. The invention of typography also contributed to the development of a common language of literature. Books became cheaper, and more and more people learned to read and write. Thus, printing has led to the standardization of English.

The spelling and grammar rules were fixed, the standard of which was the London dialect, since this was where most of the printing houses were located. In 1604, the first English dictionary was published.

Phonetic differences are considered by linguists as fundamental in comparing the norms of Middle English and modern English. Before the shift, the sound of English speech was similar to Latin, Dutch and Low German dialects. The long vowels of the Middle English language acquired the properties of diphthongs, the remaining five began to sound completely different.

The development of the printing business led to the orderly use of upper and lower case letters in writing. Printing presses arriving in England from Europe are being modernized. The original English letters (ð, þ) are excluded from use, replaced by combinations of characters from the familiar Latin alphabet - th and y. Examples of basic differences between the written norms of Middle English, Early Modern English, and Modern English are given in the table.

Late Modern English (1700 to the present).

The main difference between Early Modern English and Late Modern English is vocabulary. Late modern English has many more words, due to the Industrial Revolution and scientific progress that went hand in hand with the development of the language.

The Industrial Revolution influenced the English language when new ideas and tricks were invented, as well as a whole host of new areas of research in which people worked.

At this stage, English became an international language. New varieties such as American English and Indian English began to form. The expansion of the British Empire (19th century) and the growing status of a "superpower" in the United States (20th century) have also influenced our language, as evidenced by Americanisms in everyday modern use.

Cultural issues during this time included the rights of women and children. Religion also continued to play an important role in society

Key features of modern English

Spelling has become much more consistent and standardized

Regional differences in language have decreased

The jump in the quality of education, literacy and communication meant that English has now become much more standardized in general.

Americanism and American spelling (like / or ours and other endings) began to form

Newly invented words were used more intensively and quickly

The use of auxiliary verbs has become mandatory in interrogative sentences, for example, "Did he run?"

Conclusion.

National and cultural identity and historical past in the vocabulary of British English have undergone many changes, starting with the penetration of the Germanic tribes of the Saxons, Jutes, Angles and Frisians into the territory of Britain, to the "mixing of languages" in modern English. Everything that happened in the stories affected the changes in the language as a whole ... Grammar has become simpler, many words in modern English have been borrowed from peoples who were related to the history of Britain

At the moment, English is an international language, and it is difficult to say the exact number of people who speak English these days. The results of various studies differ by tens of percent. The figures are named and 600 million and 1.2 billion.

The English language has an enormous lexical richness: Webster's complete dictionary contains about

425,000 words. This lexical richness is distributed according to its etymology: words of Germanic origin - 30%, words of Latin-French origin - 55%, words of ancient Greek, Italian, Spanish, Portuguese, Dutch, German origin - 15%.

REFERENCES

1. <https://www.native-english.ru/articles/history>
2. <https://moluch.ru/th/6/archive/144/4194/>
3. [https://www.uni-due.de/ELE/English_Vocabulary_and_Meaning_\(history\).pdf](https://www.uni-due.de/ELE/English_Vocabulary_and_Meaning_(history).pdf)
4. <https://public.oed.com/blog/early-modern-english-an-overview/>
5. <https://www.myenglishlanguage.com/history-of-english/early-modern-english/>
6. <https://englhouse.ru/uchashhimsya/kak-poyavilsya-anglijskij-yazyk.html>
7. <https://articlekz.com/article/11566>
8. <https://skyeng.ru/articles/cto-vy-ne-znali-o-proishozhdenii-anglijskogo-yazyka>
9. <https://lingua-airlines.ru/articles/vljanie-djeffry-chossera-na-stanovlenie-anglijskogo-yazika/>

УДК 81»27

Өмірбекова М. Н.,

2 курс, Шетел филологиясының бакалавры, Абылай атындағы
ҚазХҚЖТУ, Алматы, Қазақстан
e-mail: 2011real.2001@mail.ru

НЕОЛОГИЗМДЕР - СОЦИОЛИНГВИСТИКА ФЕНОМЕНІ РЕТИНДЕ

Бұл мақала әлеуметтік тіл білімінің феномені ретінде неологизмдер тақырыбына арналған. Зерттеудің өзектілігі неологизмдердің әлеуметтік (экстравингвистикалық) өзгерістермен тікелей байланысты екендігінде жатыр. Қоғамда негұрлым жаңа объектілер / оқиғалар пайда болса, согұрлым адам дамуының осы процесі неологизмдерді тудырады. Мұның керемет мысалы - COVID-19 пайда болуы мен тергеу әрекеттері. Осы пандемияның нәтижесінде көптеген жаңа сөздер мен фразеологизмдер енгізілді. Оған қоса әлеуметтік құбылыстардың вербалды емес мінездүйлікта асерін талдауға әрекет жасалды.

Түйінді сөздер: неологизмдер, социолингвистика, қоғам, өзгерістер, вербалды емес коммуникация.

Умирбекова М. Н.,

2 курс, Бакалавр иностранный филологии КазУМОиМЯ имени
Абылайхана, Алматы, Казахстан
e-mail: 2011real.2001@mail.ru

НЕОЛОГИЗМЫ КАК ФЕНОМЕН СОЦИОЛИНГВИСТИКИ

Настоящая статья посвящена теме неологизмов как явлению социолингвистики. Актуальность исследования заключается в том, что неологизмы напрямую связаны с социальными (экстравингвистическими) изменениями. Чем больше новых объектов / событий появляется в обществе, тем больше неологизмов порождает этот процесс человеческого развития. Прекрасный тому пример - появление и последственные действия COVID-19. В результате пандемии появилось значительное количество новых слов и фразеологизмов. Также предпринята попытка проанализировать влияние социальных явлений на неречевое поведение

Ключевые слова: неологизмы, социолингвистика, общество, изменения, невербальная коммуникация.

NEOLOGISMS AS A PHENOMENON OF SOCIOLINGUISTICS

The object of the research is to analyze and consider neologisms which appeared and caused by COVID-19.

What is neologism? As we know neologism is one of the phenomena that testify the social nature of language. The reality around us is constantly changing, society is developing at an inconceivable speed, the progress of science, technology, culture is inextricably linked with both spiritual and material human activities, which, in turn, are inseparable from the concept of language. Any social changes are impossible without prompt language support.

The changes taking place in society are reflected, first of all, in the media, so we can safely say that, first of all, neologisms appear in the press and other types of media. Our research is also mainly relying on media sources of the past and current year. I made a survey of newspapers in English, as well as of TV news, documents released by WHO and the Internet sources, to compile a list of neologisms concerning the topic. In the current article neologisms are being considered from a wider perspective, namely, not only from the lexical

point of view, but also extra linguistic, because changes which happened in 2020 has led to some communicative features. There were introduced some actions which are a good example of a new development of non-verbal communication.

The more rapidly the world around us develops, the more neologisms appear in it. Scientific and technological progress, medical innovations, all kinds of discoveries and inventions are changing the environment we are used to at an inexorable speed. More and more objects of modern reality appear, each of which acquires a certain name in the process of its implementation. All this is immediately reflected in the media.

The appearance of neologisms, as a rule, is due to the need to name certain objects and phenomena that were not previously observed or used, each new phenomenon discovered in science, the invention of certain vehicles, medicines, cosmetics, household items - all this is reflected in language by means of naming, while there are two options for designating new objects and phenomena: either the range of meanings of already existing words expands, or new words and phrases appear.[1]

While studying lexicological unit as neologism we have to clarify its definition and in what way it is explained in multiple dictionaries or in works of other authors.

'Generally, neologism is understood as a 'new word', and this definition is quite understandable. But there appears an issue, when it touches the question on which words can be greeted as new ones, and which cannot. It's unclear for what period of time the word will be counted as new, and the concept of novelty, newness as it depends on what period is taken into consideration. According to the Ukrainian philologist professor M. I. Mostovoy "there are no clear criteria of defining neologism as a linguistics phenomenon(p 174). That is why we face a kind of ambiguity at the beginning of studying neologism.

Anyway, we may provide several definitions thanks to various linguists who made their investigation on this topic. The professor M. I. Mostovoy who was mentioned above clarifies "neologism as a linguistic unit which is created for the definition of a new notion(p 174). He doesn't consider and study the peculiarities and characteristics of neologism, but determines the basic concept of it.

There is more detailed information in the famous СЛОВАРЬ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ by O. S. Akhmanova.[2] There are defined two kinds of neologism: 1)"neologism is a word or phrase created for defining a new (unknown before) object or expressing a new notion"; 2)"a new word or expression that has not received the right for citizenship in the national language and thus is perceived as belonging to a specific, often substandard style of speech». The second definition refers to some kind of barbarism or xenism and is not appropriate in research of neologisms that are mainly relevant and in demand in a certain linguistic community. The first one is quite sufficient in giving the idea proper of neologism although it doesn't indicate their characteristic.'[3]

Now I would like to give definition to sociolinguistics, as this topic is connected with the object of the research. Sociolinguistics is a scientific discipline which studies problems connected with social nature of the language, its sociological functions, Role which language plays in society, influence mechanism of social factors on the language. This discipline develops on the connection of linguistics, sociology, social psychology and ethnology.[4]

There are several methods and directions in studying sociolinguistics, but our research touches the synchronic direction, which studies the relationship between language and social institute. The method of investigation is sampling. Precisely from the November in the context of the current time, neologisms were studied and work was carried out on the basis of these methods.

'Since the breakout in China, in December 2019, of the pandemic Coronavirus Disease 2019 (COVID-19), the World Health Organization (WHO) has been monitoring the development of the phenomenon worldwide. On the outbreak of the disease, the summaries and reports by the WHO used to refer to the disease as 'a pneumonia of unknown cause'. For instance, the summary of December 31 reads: "A pneumonia of unknown cause detected in Wuhan, China was first reported to the WHO Country Office in China on 31 December 2019". Afterwards, on January 10, the WHO issued its first guidebook on the disease, developed with reference to other coronaviruses such as SARS and MERS. Since then, the denomination turned out to be 'Novel Coronavirus' also abbreviated as 'nCov'. This term was used because this virus is a new type of the previously discovered coronavirus, a term denoting the crown-like appearance of the surface projections of the virus. Two days later, a different terminological variant was used by the WHO, '2019-nCoV'. On January 30, the Public Health Emergency of International Concern was declared. Finally, on February 11, 2020, the WHO officially designated the disease with yet another variant "Covid-19", an acronym that stands for 'Coronavirus Disease 2019'. On March 11, 2020, the WHO characterized Covid-19 as pandemic and, eventually, almost all the countries in all the continents

had to take drastic measures to fight against it.'

This pandemic timeline shows that, in a short time, a variety of terminological phrases or compounds (pneumonia of unknown cause, novel coronavirus), acronyms (nCov), abbreviation or short forms (2019-nCoV) have been used to refer to the same phenomenon before the final neologism was created (COVID-19). However, it is also important to distinguish between the name of the disease and the virus causing the disease. In other words, 'COVID-19' is the pandemic disease, whereas 'severe acute respiratory syndrome coronavirus 2' (SARS-CoV-2) is the virus causing that disease. [5]

Coronavirus has led to an explosion of new words and phrases, both in English, Russian and in other languages.

But one more point, before passing to new words worth to mention, is an influence of the situation on non-verbal behavior of people. It should be noted that the social situation models the new communicative behavior of a person, regardless of his ethno/socio/cultural identity. For example, people started keeping social distance. Before coronavirus this phrase was not known for us, but now we use this phrase almost every day and keep this distance. People used to shake hands or kiss cheeks when they were greeting. On the influence of the pandemic they had to refuse this habit. As we see, this also shows new principles of communication. There are a lot of variants how politicians or usual civilians offer how to greet during the virus. There is one video from China has gone viral on social media, where men greet each other by "foot shake". Russian people started calling this "ногопожатие". One more variant is when people touch each other's elbow. It was offered by U.S. politicians. Well, here we may note the tendency of universalization of communicative behavior in society. Here I would like to introduce such concept as socio correctness by analogy with political correctness. Political correctness implies the correct use of words, but social correctness is about correct behavior in a pandemic. It is a concern not only for your own safety, but also for those around you. I dare forecast that people will come back to usual communicative behavior as the virus completely retreats, but anyway some consequences will remain. People quickly get adjust to new conditions, and the situation with pandemic is a good proof of it.

Well, we can highlight this part as a new approach in our investigation for the reason that usually neologism is often perceived only on the level of words and phrases, generally on the lexical level. Non-verbal communication is often being related with ethno-culture. I would like to distinguish the social relatedness and use the possibility of considering this question as the object of macro socio linguistics. Theoretically, these appearances can be traced in all language and physical ranges.

Based on the article reported on the network of non-profit media called "The Conversation", I have made a list of new words appeared under cause of COVID-19.[6]

The word "quarantine" which is known for us also received a wide usage around people, and employers, workers, students, even schoolchildren went on "WFH" – work from home or remote learning or working.

The first word is "self-isolating". In the beginning of the breakout every citizen had to follow particular rules in order to stay safe and preserve themselves from the disease. Everyone had to stay home and this is how a new phrase "self-isolating" appeared.

One more word which is being used quite often is "lockdown". It's a regime of complete or part restriction of social contacting. When the situation around city/region or even country was worsening, it was set on lockdown mode.

Those ones who did not follow the rules and ignored public health advice (for example, wearing masks and using sanitizers) were called "covididiots". If we heard this word couple of years ago, it would be nonsense for us, but now because of some settings of covid we have such word, which was appeared by crossing two words.

But there is an opposite meaning for the same word: the word describes a person who is panicking too much because of pandemic. There is provided an example in the Urban dictionary: *Did you see that covidiot with 300 rolls of toilet paper in his basket?*

This situation undoubtedly will mark in history, and all the people who lived in this epoch will be people of *covid-generation*.

Around teenagers the circumstances of COVID-19 spawned a lot of reasons to have fun. They were having "covideo-parties" – online parties via zoom or skype, for example on someone's birthdays. If students didn't want to take part at the lectures or lessons, they were intending "zoombombing" - hijacking a Zoom videocall.

Speaking on the national level, the areas of the country, or countries itself are classified as *green, yellow and red zones*. So, what makes a Covid-19 red, yellow and green zone? Areas are classified as "red zones" when 41 or more Covid-19 cases are registered there for a 14-day period, "yellow zones" are areas where one to 40 Covid-19 cases are registered, and "green zones" are areas where there are no reported cases of Covid-19 present.

To summarize all the given information on this article, we may say that neologism is directly related with sociolinguistic. I have considered this phenomenon widely, that is not only from lexical level, but also from the extra linguistic level. Also I tried to introduce such idea, as socio correctness, which implies taking responsibility and thinking about your own and your close people safety. Speaking about the vocabulary of the language, the range of meanings of already existing words expands, or new words and phrases appear. Analyzing examples of new words according to the social media, in comparison we can say that there is tendency of words to appear more than phrases

REFERENCES

1. <https://www.rgph.vsu.ru/ru/science/ssss/reports/6/gorbunova.pdf>
2. Yaroslav Levchenko. Neologism in the lexical system of modern English. 2010.132
3. O. S. Akhmanova. СЛОВАРЬ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ.
4. Аврорин В. А. Проблемы изучения функциональной стороны языка (к вопросу о предмете социолингвистики). Л., 1975. 276
5. Amal Haddad Haddad and Silvia Montero-Martinez. COVID-19: a metaphor-based neologism and its translation into Arabic. 2020. 21
6. <https://theconversation.com/coronavirus-has-led-to-an-explosion-of-new-words-and-phrases-and-that-helps-us-cope-136909>
7. https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200130-sitrep-10-ncov.pdf?sfvrsn=d0b2e480_2
8. https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200211-sitrep-22-ncov.pdf?sfvrsn=fb6d49b1_2

УДК: 378.018.43

Fedorova X.,

Faculty of Translation and Philology

KazUIRandWL, Almaty, Kazakhstan

e-mail: fedorova-11@mail.ru

PSYCHOLOGICAL PROBLEMS OF DISTANCE LEARNING. CONSEQUENCES OF DISTANCE LEARNING

The article discusses the problematic issues of distance learning, the mental and physical consequences of distance learning and the views of teachers and parents on the new system of online lessons

Keywords: distance learning, psychological problems, online lessons, physical consequences, the psyche of children and adolescents.

Федорова К.,

КазУМОиМЯ имени Абылай хана

Специальность: «5B021000 – Иностранный филолог»

Алматы, Казахстан

e-mail: fedorova-11@mail.ru

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ. ПОСЛЕДСТВИЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ

В статье рассматриваются проблемные вопросы дистанционного обучения, психические и физические последствия онлайн формы обучения и взгляды преподавателей и родителей на новую систему онлайн-уроков

Ключевые слова: дистанционное обучение, психологические проблемы, онлайн-уроки, физические последствия, психика детей и подростков.

В целом, обо всех психологических проблемах дистанционного обучения судить ещё рано. Но уже на этой стадии обучения можно заметить, как меняются мышление и психика детей и подростков.

В одном из интервью психолог Александра Кондрахина на СМИ платформе «ИА REGNUM» объявила 3 основные психологические проблемы у детей из-за дистанционного обучения.

Во-первых, психологическая готовность. К переходу на онлайн-обучение оказались не готовы не только дети, но и родители. Специалисты выявили, что только 3%-5% детей успешно осваивают школьную программу, а остальные 98%-95% не могут вникнуть в процесс обучения и организовать для себя подходящее место для учебы. Особенно хорошо это заметно на учениках начальной школы: детям важно видеть преподавателей вживую и контактировать с ним, для полного ощущения процесса обучения.

Во-вторых, психологические проблемы возникают и с обратной стороны обучающихся - у преподавателей. Педагоги теряют контроль над ведением занятий/лекций/семинаров, так как нет полноценного эмоционального контакта со школьниками и студентами. «Педагогическое общение – специфическое межличностное взаимодействие педагога и воспитанника (учащегося), опосредующее усвоение знаний и становление личности в учебно-воспитательном процессе» [1]. Чаще всего это связано с тем, что при оффлайн формате урока или лекции преподаватель может переключить внимание студентов с помощью определённых психологических методов. В случае с дистанционной формой проведения занятия, такие методы использовать не получится.

На опыте советских преподавателей в общеобразовательной школе в г. Алматы, дистанционное обучение практиковалось ещё задолго до пандемии и вынужденного перехода в онлайн режим из-за карантина в нескольких классах. За месяц проведения онлайн занятий педагоги со стажем, заметили ухудшения в учебе у некоторых учеников. Причиной этому было отсутствие старших в доме, которым вместо преподавателя приходилось контролировать процесс обучения у их детей.

Это и есть последняя третья психологическая проблема с родительской стороны. В дистанционном формате обучения родитель (мама, папа, бабушка и т.д.) служит для ученика не только родственником, но и учителем. К такой роли оказались готовы не все родители. «Постороннему человеку легче сохранять эмоциональный нейтралитет и меньше нервничать при обучении» [2].

Таким образом можно рассматривать дистанционное образование, как полностью исключающее очное (личное) «общение с обучающимся, т.е. обучающийся общается с преподавателем без физического контакта - на расстоянии, так и дистанционное образование, предусматривающее очное общение в процессе обучения, промежуточной и итоговой аттестации (или же только при итоговой аттестации) - когда обучающийся имеет возможность непосредственного (физического) взаимодействия с преподавателем» [3;4].

Существует ещё одна очень важная психологическая проблема среди обучающихся - дети стали более зависимы от электроники. Из-за отсутствия живого общения не только с преподавателями, но и одноклассниками/однокурсниками, дети вынуждены сидеть в гаджетах не только для занятий, но и для общения друг с другом.

«Однако постепенно я заметил, что за последнее десятилетие мы превратились из общества, пользующегося технологиями, в общество, полностью поглощенное ими» [5].

В последствии дистанционного обучения у детей могут развиться не только психологические, но и физические проблемы. И первая, основная из них - ухудшение зрения.

Вторая, немало важная проблема - сколиоз. Хотя он может проявляться реже, если ребёнок будет правильно сидеть за столом, но, как всем известно, дети не следят за этим.

В последствии онлайн обучения дети не получают должной информации.

Больше всего пострадают дети из так называемых уязвимых слоев населения. Если состоятельные родители потом смогут наверстать упущеные знания и навыки за счет каких-то дополнительных занятий, то у малообеспеченных такой возможности может просто не быть.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что дистанционное обучение имеет больше минусов, чем плюсов. Вероятно, из-за того, что к этому формату обучения оказались не готовы не только педагоги и родители, но и дети, которые лишились живого общения и контакта с преподавателями и одноклассниками. В заключении всему этому можно понять, что этот вид обучения ещё требует доработки и отработки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Р.Д. Гаджиев, статья «СПЕЦИФИКА ПРЕПОДАВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ВУЗЕ В КОНТЕКСТЕ ОТНОШЕНИЯ «СТУДЕНТ – ПРЕПОДАВАТЕЛЬ».
2. Светлана Ройз на одном из ее психотерапевтических приемов.
3. Средства дистанционного обучения. Методика, технология, инструментарий. БХВ-Петербург, 2003.
4. Шлаина В.М. Познание и информационный обмен. Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. 2015.
5. Даниел Сиберг, «Цифровая диета: Как победить зависимость от гаджетов и технологий».

FEATURES OF THE BLOG AUTOR'S SPEECH

The article discusses the conceptual foundations of the study of “blog authors”, the methodological developments of the “blogosphere”, the interaction between blog authors and readers, the basics of consciousness formation.

Bibliographic reference: The peculiarity of the language of the blogosphere on the example of the publications of the journalist and writer Natalia Radulova.

Keywords: blog, blogger, blogosphere, language of new media.

Цой Е.А.,
Студент 4 курса КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Специальность «5В021000-Иностранный язык»
Алматы, Казахстан
e-mail: katy291099@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ РЕЧИ АВТОРОВ БЛОГА

В статье рассматриваются концептуальные основы исследования «авторов блога», методологические разработки «блогосферы», взаимодействие между авторами блогов и читателями, основы формирования сознания.

Библиографическое описание: Особенность языка блогосферы на примере публикаций журналистки и писательницы Натальи Радуловой.

Ключевые слова: блог, блогер, блогосфера, язык новых медиа.

Для современной лингвистики блог, как языковое явление представляет собой особую ценность. Наряду с письменной и устной речью язык блогеров можно назвать новой формой речи. Использование мультимедийных средств (фото, аудио, видео, гиперссылок), разных стилей языка и возможность анонимного участия в обсуждении проблемы на страницах блога создают специфическую разновидность языка новых медиа.

Блогером может стать любой, достаточно вести свой блог в Live Journal, YouTube, Instagram, ВК, Facebook и т. д., или иметь свой собственный сайт и регулярно обновлять контент. У блога есть автор, который публикует статьи, используя свой личный опыт, а записи в блоге называются постами. Важной составляющей любого блога является обратная связь: к публикациям можно оставлять комментарии, обсуждать проблему, задавать вопросы.

Совокупность всех блогов называют блогосферой, и дневники известных журналистов составляют важную её часть. В 2011 году в закон «О СМИ» были внесены дополнения.

Сетевой формой подачи информации в Интернете является блог, сетевой журнал. В блогах авторы текстов могут выражать своё мнение по поводу значимых общественных событий, вести дискуссии с посетителями и размещать частную информацию, полученную от других пользователей.

Вначале давайте разберёмся, что такое блог? Само слово «блог» означает запись в сетевом журнале. Считается, что первый блог возник в 1992 году - это была страница Тима Бернеса-Ли, на которой он размещал и публиковал в сети интересные новости. Значит, блог – это некий видеожурнал, дневник.

А блогер – это любой человек, который ведет собственный электронный дневник. Обычно у блога есть только одна тема, но иногда люди ведут дневник на несколько тематик. В таком дневнике автор описывает все свои мысли или делятся своими умениями. Многие блогеры не ориентируются на посетителей, они пишут как бы для себя, и не задумываются о том, интересны ли будут кому-то их мысли. Многим стало очень удобно наговаривать свои мысли, а не записывать их в тетрадь.

В какой-то степени блоги заменяют клубы по интересам. Если вспомнить самые ранние времена, люди в Древней Греции собирались и обсуждали разные темы. Перед толпой был оратор, который к тому же корпел над какими-то трудами — этих людей можно назвать прототипом блогеров, потому что они не были на службе императора и оглашали чаяния народа. Мне показалось любопытным сравнить блогера и оратора.

Некоторые исследователи, например, М. Дезе [1], относят блоги и различные площадки, где происходит общение пользователей и обмен информацией к онлайн-журналистике. Дезе отмечает, что

блоги являются сегментом профессиональной журналистики, поскольку обеспечивают пользователей возможностью получать информацию и узнавать о взглядах и суждениях других людей, то есть выполняют функцию медиа. Важной составляющей блогов можно считать не собственно публикацию, а цепочку вызванных этой публикацией взаимодействий между читателями.

Язык новых медиа по-своему обогащает литературный язык своими отступлениями от нормы, наводняющими речь жаргонизмами и иноязычными словами. Стремительно быстро происходят активные процессы изменения языковой нормы русского языка именно в блогосфере.

Язык блогеров в силу своей тесной связи с процессами, происходящими в обществе и находясь на грани языкоznания, социологии и общественной психологии, представляет большой интерес для исследователей — лингвистов, политологов, психологов. Одной из самых популярных интернет платформ для ведения блога можно назвать Live Journal [5]. Для анализа языковых и стилистических особенностей блогосферы в данной работе используются публикации блогера, журналистки и писательницы Натальи Радуловой и скандально известного блогера, сценариста Лены Миро. Авторы, каждый по-своему, дают оценку резонансному событию, произошедшему в ноябре 2017 года, когда школьник из Нового Уренгоя выступил в бундестаге, с докладом о немецких солдатах. Публикации Лены Миро отличаются повышенной эмоциональностью, они оригинальны и узнаваемы. Наталья Радулова, имея неповторимый стиль изложения, в своей манере описывает факт, и текст её несет в себе лаконичность, информативность, доказательность, убедительность.

Наталья Радулова — известная журналистка, блогер и писательница, в своей публикации в Livejournal «Невинно погибшие солдаты Вермахта» и Коля с Уренгоя: кто и как писал скандальный доклад» от 20 ноября 2017 года, пишет о нашумевшем выступлении школьника, анализирует и объясняет факт в виде аргументированного изложения. <https://radulova.livejournal.com/3741159.html> .[1]

Особенности лексики. В лексическом плане Наталья Радулова использует стилистически окрашенные слова, иронию, высокoinформативную лексику. В тексте используются различные типы лексики: официально-деловая, книжная, разговорная. Для придания особой выразительности речи автор использует фразеологизмы: «сражаться до последней капли крови»; «до последнего патрона»; «сражаться, не щадя живота своего»; «коту под хвост».

Для того чтобы сформировать определённое отношение к ситуации она напрямую обращается к читателю: —Теперь представляете, друзья, как нелегко политикам речи произносить?

Журналистка пишет интеллигентно и легко. Язык её понятен и близок читателю, он документально точен и логичен: — Коробит русский слух и слово «сражался» — наш человек обычно воспринимает его, как «героически защищал свою землю от врагов». Мы не применяем это слово, когда подразумеваем действия захватчиков. Ирония делает её посты яркими, усиливает эмоциональное воздействие на читателя:

— А мне вот ничего не ясно. Мне как раз кажется, что эти уренгойские тугодумы просто не почувствовали сам тон доклада, он у них действительно получился в стиле «Простите нас, люди добрые!» Форма, вид и способ подачи текста направлены на то, чтобы «зацепить» читателя. Наталья Радулова цитирует те слова и словосочетания из доклада, которые стали предметом споров и негодования: «сражался...», «в чине ефрейтора сражался...», «так называемый Сталинградский котел»..., «могилы невинно погибших людей»..., «не желали воевать». Для красоты и убедительности в своей публикации автор использует патриотические произведения Симонова и Светлова: — Вот наша святая правда, Коля. Михаил Светлов об этом писал: ...Я не дам свою родину вывезти — За простор чужеземных морей! Я стреляю — и нет справедливости Справедливее пули моей! В тексте присутствуют простые и сложные предложения, риторические вопросы: — что же тогда там делал Колин дед? — Наше дело правое, Коля. Неужели ты не понял?

«Невинно погибшие солдаты Вермахта» и Коля с Уренгоя: кто и как писал скандальный доклад

И все же заступлюсь я за уренгойского Кольку-балбеса. Самые активные его защитники уже кричат, что слова, мол, вырвали из контекста, а мальчик имел в виду совсем другое. Ну вот не надо, а? Давайте честно признаем, что все в его докладе раздражает: «в чине ефрейтора сражался...», «так называемый Сталинградский котел...», «могилы невинно погибших людей...», «не желали воевать».

Чин ефрейтора давали вообще-то за рвение и примерную службу. Что как-то не вяжется с версией про нежелавшего воевать беднягу Георга.

Коробит русский слух и слово «сражался» - наш человек обычно воспринимает его как «героически защищал свою землю от врагов». Мы не применяем это слово, когда подразумеваем действия захватчиков. Не зря у нас говорят «сражаться до последней капли крови», «до последнего патрона», «сражаться не щадя живота своего». («Витязи сражались удалые, могучие, за родину, в полях.» И.Козлов). Когда Коля заявляет, что солдат Вермахта «сражался» на русской земле, то возникает вопрос: что же тогда там делал Колин дед?

Ну и словосочетание «невинно погибшие люди» про содат Вермахта - это тоже для нас слишком. За такое морды бьют.

И причина даже не в том, что почти все эти люди горячо поддерживали идеи Гитлера. Плевать почему они на нашей земле оказались - Гитлер их заставил, мамы или троюродные дяди. Пофиг. Они пришли и убили 30 миллионов наших людей. Пришли к нам с мечом - погибли от меча. Как язык поворачивается называть их невинно погибшими?

Да, если читать письма какого-нибудь Ганса, который сначала верил, что получит в России именьице и немножко рабов, а потом плакал от страха под Сталинградом, то какое-то сочувствие к нему даже шевельнётся - дурак ты, дурак, куда ж тебя, малолетнего, привезли, в каком же аду вместо обещанного рая ты оказался... Но как писал Симонов:

Мне жаль солдат.
Но раз ты прибыл
Чужой порядок насаждать -
Ты стал врагом.
И кто бы ни был -
Пощады ты не вправе ждать.

Наше дело правое, Коля. Неужели ты не понял? Кто бы ни был Георг, которому ты сейчас сочувствуешь, он не смел топтать поля твоей Родины. Он не смел рассчитывать здесь на пощаду. Вот наша святая правда, Коля. Михаил Светлов об этом писал:

Здесь я выстрелил! Здесь, где родился,
Где собой и друзьями гордился,
Где былины о наших народах
Никогда не звучат в переводах.

Разве среднего Дона излучина
Иностранным ученым изучена?
Нашу землю — Россию, Расею —
Разве ты распахал и засеял?

Нет! Тебя привезли в эшелоне
Для захвата далеких колоний,
Чтобы крест из ларца из фамильного
Вырастал до размеров могильного...

Я не дам свою родину вывезти
За простор чужеземных морей!
Я стреляю — и нет справедливости
Справедливее пули моей!

Вот за это Коле и его учителям и достается. Некоторые ретивые граждане, обнаружив, что Колина учительница истории вроде как получала знания в украинском институте имени Т.Г. Шевченко, а ее сын сейчас открыто поддерживает украинских националистов, понимающие закатывают глаза: «Ну, ясно теперь!»

А мне вот ничего не ясно. Мне как раз кажется, что эти уренгойские тугодумы просто не почувствовали

сам тон доклада, он у них действительно получился в стиле «Простите нас, люди добрые!». Вроде искренне хотели что-то примиряющее немцам сказать - в рамках мероприятия, но из-за излишнего рвения и нечуткости к русскому языку не там и не те акценты расставили. Так переживали перед поездкой: «Как бы чего не вышло!», что педсовет наверняка созвали. Учительница истории проверила - все ли факты сходятся. Учитель языка и литературы глянул - все ли стилистически чисто. Директор наверняка важную мысль попросил добавить. Тут подправили, там вычеркнули... А в итоге - вся Россия в ярости.

Теперь представляете, друзья, как нелегко политикам речи произносить? Попадутся в пресс-службе такие вот уренгойские старатели - и вся карьера коту под хвост из-за нескольких фраз.

Так что Кольке теперь остается только каяться - и уже не перед немцами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Deuze M. (Дезе М.) The Web and its journalism: Considering the consequences of different types of newsmedia online // New Media & Society, 5(2), 2003. — URL:
[-http://jornalismocontemporaneo.files.wordpress.com/2011/02/jornalismo-e-web.pdf](http://jornalismocontemporaneo.files.wordpress.com/2011/02/jornalismo-e-web.pdf) (дата обращения 05.01.2020).
2. Дэвид Рэндалл Универсальный журналист. СПб. Национальный Институт прессы, 2000 (Электронный ресурс) <http://evartist.narod.ru/text12/38.htm> (дата обращения 15.01.2020).
3. Майданова Л. М., Калганова С. О. Практическая стилистика жанров СМИ: уч. пос. Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2006. 334 с. Сайт электронной газеты Московский комсомолец. <https://www.mk.ru/> (дата обращения 15.01.2020)
4. Блог-платформа LiveJournal (Живой журнал). <https://www.livejournal.com/> (дата обращения 15.01.2020).
5. Амзин Александр Новостная интернет-журналистика: Учебное пособие для студентов вузов. М.: Издательство «Аспект Пресс», 2012. — 144 с. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке. М.: Логос, 2003. — 304 с.
[-http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook050/01/index.html](http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook050/01/index.html) (дата обращения 20.01.2020).
6. Словарь Мерриам-Вебстера. <https://www.merriam-webster.com> (дата обращения 21.01.2020).
7. Шакиров А. И. Трансформация журналистского текста в условиях глобализации общества // Ученые записки Казанского университета. Серия гуманитарные науки, № 6, том 156. — 2014.

«Аударматану және филология саласындағы мәдениаралық қарым-қатынас мәселелері»
VII студенттік ғылыми-практикалық конференцияның мақалалар

ЖИНАҒЫ

* * *

СБОРНИК

статьей VII студенческой научно-практической конференции
«Вопросы межкультурной коммуникации в переведоведении и филологии»

* * *

CONFERENCE PROCEEDINGS

of the 7th student theoretical and practical conference
“The Issues of Intercultural Communication in Translation Studies and Philology”



Подписано в печать 05.03.2020.
Формат 60x84 1/8, Объем 17,5 п.л.
Печать офсетная. Бумага офсетная.
Заказ № 1089. Тираж 300 экз.

Отпечатано в издательстве «Полилингва»



Издательство «Полилингва» КазУМОиМЯ имени Абылай хана
050022, г. Алматы, ул. Муратбаева, 200
Тел.: +7 (727) 292-03-84, 292-03-85, вн. 21-19
E-mail: kazumo@ablaikhan.kz, ablaikhan@list.ru