

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
АБЫЛАЙ ХАН АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАР ЖӘНЕ
ӘЛЕМ ТІЛДЕРІ УНИВЕРСИТЕТІ
КАЗАХСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И
МИРОВЫХ ЯЗЫКОВ ИМЕНИ АБЫЛАЙ ХАНА



МАТЕРИАЛДАР ЖИНАҒЫ
«Мәдениетаралық коммуникация және тілдер мен мәдениеттерді
функционалды-прагматикалық зерттеу»
тақырыбында республикалық дөңгелек үстел
15 сәуір, 2021 ж.



СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
республиканского круглого стола на тему
«Межкультурная коммуникация и функционально-прагматические
исследования языков и культур»
15 апреля 2021 г.



REPUBLICAN ROUND TABLE MATERIALS
“Intercultural communication and functional-pragmatic studies of
languages and cultures”
April 15, 2021



Алматы, 2021

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

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

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



МАТЕРИАЛДАР ЖИНАҒЫ

**«Мәдениетаралық коммуникация және тілдер мен мәдениеттерді функционалды-
прагматикалық зерттеу»**

тақырыбында республикалық дөңгелек үстел
15 сәуір, 2021 ж.

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

республиканского круглого стола на тему

**«Межкультурная коммуникация и функционально-прагматические исследования
языков и культур»**

15 апреля 2021 г.

REPUBLICAN ROUND TABLE MATERIALS

“Intercultural communication and functional-pragmatic studies of languages and cultures”

April 15, 2021

Алматы, 2021

УДК 80/81

ББК 81.2

С 23

*Рекомендовано к изданию Ученым Советом Казахского университета международных отношений
и мировых языков имени Абылай хана
(Протокол № 9 от 28 апреля 2021 года)*

Рецензент:

Ермагамбетова А.С. – к.ф.н., профессор КазУМОиМЯ им. Абылай хана

Составители: д.ф.н., профессор Исмагулова Б.Х., магистр, ст. преп. Саймкулова Ш.О.

С 23 Сборник материалов республиканского круглого стола на тему «Межкультурная коммуникация и функционально-прагматические исследования языков и культур» (15 апреля 2021 года) – Алматы, «Полилинга»: КазУМОиМЯ, 2021. – 88 стр.

ISBN 978-601-270-473-0

Цель республиканского круглого стола «Межкультурная коммуникация и функционально-прагматические исследования языков и культур» - раскрыть многообразие функциональных аспектов межкультурной коммуникации и акцентировать внимание на проблемах перевода и переводоведения в современных условиях междисциплинарной интеграции и глобализации образовательного процесса.

В сборнике материалов представлены результаты авторских исследований по актуальным и проблемным вопросам, проведенных молодыми исследователями.

Издание предназначено для студентов, магистрантов, докторантов, а также для широкого круга читателей, занимающихся актуальными проблемами современной науки.

УДК 80/81

ББК 81.2

ISBN 978-601-270-473-0

© КазУМОиМЯ имени Абылай хана, 2021

МАЗМҰНЫ/CONTENT/СОДЕРЖАНИЕ

Куркимбаева А.М. Аударма және филология ғылымдарындағы жаңа зерттеу бағыттары	4-6
Блашова Н.Д. Академиялық дискурс аудармасының лингвокогнитивтік қырлары	7-11
Ашетаева М.Д. Лингвокультурологические аспекты лакун в политическом дискурсе и их перевод	11-15
Тәжібаева Д.С. Стратегии передачи имплицитности в переводе медийного дискурса	15-20
Мұратова Н.Б. Аударма кезіндегі реалияларды аудару мәселесі	20-23
Даденов Т.М. Национальный колорит через призму математического анализа	24-30
Қайбұлла Р.Б. Прагматикалық қатынастың аудармағы көрінісі	31-33
Самигуллина Н.Р., Аубакирова А.К. Concerning the linguistic and stylistic peculiarities of translating political discourse based on speeches of American and British politicians	34-37
Ораз Б.Е. Mistakes of translation and localization of video games	37-40
Тулинова В.С. Лингвокультурологические аспекты концепта “drinking”	40-44
Тилвалдиева Н.Е., Махпиров В.У. Slogans as means of advertising and their influence on human consciousness	44-48
Маханбеталиева Т.С., Баимбетова А.П. Политические метафоры в инаугурационных речах президентов США Дональда Трампа и Джо Байдена	48-56
Қайрат Г.Д. Мәдениетаралық коммуникациядағы тілдік бірліктердің прагматикалық маңызы	56-60
Ағыбай А.Ә. Фразеологизмдерді зерттеудің танымдық аспектісі	60-63
Бигожаева А.Б. Прагматилистический аспект фразеологизмов в политическом дискурсе	64-68
Тухтабаева У.Т., Махпиров В.У. Stereotypes’ frightening strength – and how to deal with them	68-71
Қыдырәлиева Б.Н. Лингвокультурные и когнитивные аспекты перевода	71-76
Рысбек А.Ж. Туыс емес тілдер арасындағы аудармада гендерлік айырмашылықтар	76-79
Мырзахмет М.М. Медиа дискурс: жаңалықтарды аудару мәселелері	80-86

АУДАРМА ЖӘНЕ ФИЛОЛОГИЯ ҒЫЛЫМДАРЫНДАҒЫ ЖАҢА ЗЕРТТЕУ БАҒЫТТАРЫ

Куркимбаева А.М., PhD, аға оқытушы

Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті, Алматы,
Қазақстан
aizhan--k@mail.ru

Аңдатпа. Мақалада аударма және филология ғылымдарындағы жаңа зерттеу бағыттары қарастырылады. Автор цифрлық технологиінің дамуына байланысты адресаттарды филология саласында блог-дискурс, туристік блогинг және аударма ісі бойынша аудиовизуалды аударма сияқты өзекті тақырып аясында ғылыми ізденістердің бүгінгі таңда зерттеу заман талабына сай келетіндігінен хабардар етеді. Автордың пікірінше блог-дискурс – коммуниканттардың өзара әрекеттесуін жеңілдететін және ортақ мүдделері мен мамандықтары бойынша пікірлесе алатын кеңістік. «Блог» – әдеби және желілік жанр гибриді. Мақалада автор «туристік блогинг» түсінігіне анықтама береді. Сонымен қатар аталмыш мақалада автор аудиовизуалды шығарманы аудару және оның локализациясы мен транскреациясы мәселесін зерделейді. Аударманың синергетикалық моделі шеңберінде техникалық, маркетинг және экологиялық мәтін аудармасын зерттеу мәселесі де мақалада қарастырылады.

Түйін сөздер: ақпараттық технология, мәдениетаралық коммуникация, антропоцентристік парадигма, жаңа бағыттар, блогинг, туристік блогинг, аудиовизуалды аударма, адресаттар.

НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ В ПЕРЕВОДЧЕСКИХ И ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ НАУКАХ

Куркимбаева А.М., PhD, старший преподаватель

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

Аннотация. В статье рассматриваются новые направления исследований в переводческой и филологической науках. В связи с развитием цифровых технологий автор информирует адресатов, что научные изыскания в области филологии в рамках таких актуальных тем, как блог-дискурс, туристский блогинг и аудиовизуальный перевод по переводческому делу сегодня отвечают современным требованиям исследования. По мнению автора, блог-дискурс – это пространство, которое облегчает взаимодействие коммуникантов и позволяет им общаться по общим интересам и профессиям. «Блог» – гибридный литературный и сетевой жанр. В статье автор дает определение понятию «туристический блогинг». Кроме того, в данной статье автор изучает вопросы перевода аудиовизуального произведения, его локализации и транскреации. В рамках синергетической модели перевода в статье также рассматривается проблема изучения перевода технического, маркетингового и экологического текста.

Ключевые слова: информационные технологии, межкультурная коммуникация, антропоцентрическая парадигма, новые направления, блогинг, туристический блогинг, аудиовизуальный перевод, адресаты.

NEW RESEARCH DIRECTIONS IN TRANSLATION AND PHILOLOGICAL SCIENCES

A.M. Kurkimbayeva, PhD, Senior Lecturer

Kazakh University of International Relations, and World Languages after
Ablai khan, Almaty, Kazakhstan
aizhan--k@mail.ru

Abstract. The article deals with new directions of research in the translation and philological sciences. In connection with the development of digital technologies, the author informs the addressees that scientific research in the field of philology in the framework of such topics as blog-discourse, travel blogging and

audiovisual translation today meets the modern requirements of research. According to the author, the blog-discourse is a space that facilitates the interaction of communicants and allows them to communicate on common interests and professions. “Blog” is a hybrid of a literary and online genre. In the article, the author defines the concept of “tourist blogging”. Furthermore, the author highlights the importance of translating audiovisual work, its localization and transcreation. The article also considers the importance of studying the translation of technical, marketing and environmental texts within the framework of the synergetic model of translation.

Keywords: information technologies, intercultural communication, anthropocentric paradigm, new directions, blogging, travel blogging, audiovisual translation, addressees.

Ақпараттық технологиялардың дамуы мен әлемдік ғылыми қауымдастықтың арасындағы ынтымақтастық пен байланыстың тығыз қатынасы бізді филология және аударма ғылымының қай бағытта дамып бара жатқанынан хабардар етеді. Әрине бұл бағыттардың барлығы тұлғаға бағытталған антропоцентристік арна аясында жүзеге асуда.

Бүінгі цифрлық технологияның қоғамда қарыштап дамып жатқан уақытында, кез келген адам өзінің күнін тәңертеңгісін ұялы телефонынан Инстаграм немесе Фейсбук әлеуметтік желісіне кіріп, жаңалықтарды оқудан бастайды. Бұрын дәстүрлі медиа, яғни бқаралық ақпарат құралдары газет, журналдардан жаңалықтарды оқу танымал болса, заманауи қоғамда тұлғалардың виртуалды коммуникацияға етене бет бұрғанын байқаймыз. Бұл бүінгі қоғамның ақиқаты. Виртуалды коммуникацияның кемшілік тұстарын сөз қылып дабыл қаққанымызбен, бұл құбылысты тоқтату мүмкін емес. Канадалық философ, филолог ғалым М.Маклюэн электронды байланыс құрылғылардың адам мен қоғамға ықпал ететінін өзінің «жаһандық ауыл» концепсиясымен түсіндірді [1]. Ғалымның осы концепсиясы іске асуда. Ұлттық мәдениет классикалық, дәстүрлі шекарасынан шығып, виртуалды әлемге өту кезеңін бастан кешуде.

Лингвистиканың ғылым ретінде дамуына сүбелі үлес қосқан неміс ғалымы Вильгельм фон Гумбольдт «тіл үнемі дамуда болады» деген идеяны ұсынды [2]. Олай болса тілдің ғаламтордағы дамуын зерттеу бүінгі күні филологтардың алдында тұрған міндет.

Жиырма бірінші ғасырдың алғашқы онжылдығы әлемде интернеттің технологиялық, ақпараттық және мультимедиялық қолданыс аясының кеңеюімен ерекшеленді. Web 2.0 дәуірі кезеңінде кез келген коммуникант өз медиа хабарламасын жасауға мүмкіндік беретін мәдениетке ие болып, жаңа медиа феномені болып табылатын интерактивті коммуникативтік алаң – блогинг жемісін көре бастады. Блогинг платформасын ақпараттық қоғамның барлық салаларына қолдану кең үрдіске айналды. Блог тұғынамасындағы тілдік қолданыстың адресаттарды иландыру әлеуеті мен прагматикасын зерттеу сияқты бағыттар отандық филология ғылымында өзекті болып отыр.

Туристік өндірістің халықаралық сауда сегментіне айналуына байланысты, туризм коммуникациясы бұқаралық сипатқа ие болды. Туризм саласының серпінді дамуы туристік блогингті арнайы сөйлеу әрекеті ретінде зерттеуге бағытталған лингвистикалық зерттеулердің пайда болуына ықпал етуде.

Осы саяхат блогтарындағы тілдің қолданысын зерттеу бүінгі күн талабынан туындап отыр. Қазіргі таңда туризмнің дамуы көбінесе ғаламдық желі арқылы іске асырылуда. Туризм мамандары өз өнімдерін әлеуметтік желіде оңай жарнамалай алады. Туристер әлемнің кез келген жерінен өз демалыстарын тиімді ұйымдастыра алады. Осы туристік блогтардағы адресант пен адресат арасындағы тілдік коммуникацияның қалай іске асатынын зерделеу де өзекті. Өйткені туристік блогингтің өзіне тән сөйлеу стилі мәлімет алушылардың сенімді атмосфераға енулеріне және жақын, жылы қарым-қатынас орнатуға мүмкіндік береді. Туристік блогинг мәдениетаралық коммуникацияны қамтиды, сондықтан блогтардағы туристік мәтіндер мен посттар әртүрлі халықтың ұлттық болмысына қатысты ерекшеліктерді білдіреді.

Куркимбаева А.М. зерттеу жұмысында туристік блогингтің жан-жақты сипаты анықтап, лингвопрагматикалық тұрғыдан туристік блогингте адресаттың интенциясын жүзеге асыратын коммуникативтік стратегиялар мен тактикаларды ағылшын және қазақ тілдері материалдары негізінде кешенді түрде талдап, туристік блог-дискурстағы тілдік қолданысты зерттеген отандық ғылымда алғашқы еңбектердің бірі. Зерттеуші туристік блогингке медиа, жарнама, PR,

маркетингтік және туристік дискурстардың тоғысуында пайда болған гибриді дискурс түрі деген анықтама береді [3].

Еліміздің кинематография саласындағы мәдениетаралық диалогы мен сыртқы экономикалық байланыстарының белсенді дамуы аударма мамандығы бойынша тіл мамандарының алдына аудиовизуалды аударманы зерделеу және олардың аудару стратегияларын анықтау секілді жаңа міндеттерді қойды. Аталмыш бағыт бүгінгі күні Еуропада, АҚШ-та және Қытайда белсенді дамып келе жатқан лингвистикалық зерттеу бағыты болса, Қазақстанда ғылыми білімнің жаңа саласы. Аудиовизуалды мазмұнның едәуір көлемін жарнамалар, театр қойылымдары, ойындар, ток-шоулар, қысқа вайндар, стористар және т. б. құрайды.

Жаһандану нәтижесінде, жаңа ақпарат көздері аудиовизуалды туындыларды тұтынушы – көрермендер аудиовизуалды өнімдерді аудару сапасына жоғары талаптар қояды. Екіншіден, аудиовизуалды туындылардың көптеген жаңа түрлері пайда болады. Адресаттар бір уақытта бірнеше платформаларда орналасқан трансмедиялық жобаларды көруді сәнге айналдырды. Адресаттар көбінесе мобильдік құрылғыларды пайдалана отырып фильмдер, сериалдар және телебағдарламаларды көруді жөн көреді. Осындай өзгерістер аудиовизуалды аудармашыларға жаңа міндеттер қояды, мысалы, мүмкіндігі шектеулі тілдік тұлғаларға арналған аудармалар: аудиодескрипциялар, субтитрлер жасау және, аударманың жаңа түрлерін жүзеге асыру стратегиясын әзірлеуді, жаңа жағдайларда жұмыс істеу дағдыларын дамытуды, аудиовизуалды аударманы оқытудың инновациялық әдістемелерін әзірлеуді талап етеді. Аудиовизуалды шығарманы аудару және оның локализациясы мен транскреациясы болашақ магистранттар мен жас ғалымдардың арасында теориялық пайымдауды қажет ететіні сөзсіз.

Транскреация немесе қарапайым түрде бейімделу дегеніміз – белгілі бір адамдар тобына олардың “тілінде” сөйлеу үшін жасалған мәтіннің шығармашылық аудармасы. Әдетте оған шетелде серіктестері бар компаниялар жүгінеді. Мұндай процесс олар ынтымақтасатын елдің менталитетіне сәйкес байланыс орнату үшін қажет.

Бүгінгі таңда отандық аударматануда аудиовизуалды аударма қатысты жауаптардан гөрі сұрақтар көп. Бұл факт аудиовизуалды аударманың ерекше құбылыстарын зерттеуге өз үлесін қосқысы келетін тәжірибелі зерттеушілер мен жас ғалымдар үшін үлкен перспективалар болып табылады.

Бүгінгі таңда ғылым аударма саласы бойынша жаңа тенденцияларға, атап айтқанда ғылыми қызығушылық векторының аудармашылықтың лингвистикалық бағыттылығынан әлеуметтік-мәдени және коммуникативтік тәсілдерге ауысуымен ерекшеленеді. Мәдени контексті, тарихты, әлеуметтік жағдайларды ескеру қажеттілігі ғалымдарды зерттеу нысанын жаңа көзқараспен қайта қарауларына алып келуде.

Шетелдік зерттеушілер техникалық және экологиялық мәтіндерде қолданылатын аударма стратегияларын зерттеу де аударма ғылымының нысаны ретінде қарастыра бастады.

Аударманың синергетикалық моделі шеңберінде техникалық мәтінді аудару кезінде тілаларлық және мәдениетаралық вариативтілікті зерттеу бағыты да өзекті болып отырғандығын байқауға болады. Техникалық аударманың ерекшелігін синергетикалық аударма моделі тұрғысынан қарастыру Ресей ғалымдарының еңбектерінде жарық көрді [4].

Қорытындылай келе, тілдік қолданыс үнемі даму үстінде болатын құбылыс болғандықтан әлеуметтік желідегі тілдік қолданыс және аударманы синергетикалық тұрғыдан зерттеу жаңа белеске шықты.

ӘДЕБИЕТ

1. McLuhan M. The Gutenberg Galaxy: creation of man print culture. Moscow, 2003.
2. *Избранные труды по языкознанию*. Автор: Вильгельм фон Гумбольдт. М.: Прогресс, 2000.
3. Куркимбаева А.М. Туристтік блогинг: коммуникативтік стратегиялар мен тактикалар. Философия докторы (PhD) дәрежесін алу үшін дайындаған диссертация. – Алматы, 2021. – 130 б.
4. Кушникова Л.В., Гейхман Л.К., Неганова А.О. Межъязыковая и межкультурная вариативность при переводе технических текстов: синергетический подход // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1.

АКАДЕМИЯЛЫҚ ДИСКУРС АУДАРМАСЫНЫҢ ЛИНГВОКОГНИТИВТІК ҚЫРЛАРЫ

Блашова Н.Д., 3 курс PhD докторанты

Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті,
Алматы, Қазақстан
bnd_10@mail.ru

Аңдатпа. Бұл мақала жаһанданған білім заманында өзекті болып табылатын академиялық дискурс пен оның аудармасын зерделеуге арналған. Академиялық дискурс – ғылыми қатынас пен педагогикалық қатынастың синтезі негізінде пайда болып, білім беру саласының мазмұнын құрайтын ғылыми білім мен оны білім алушыға жеткізудегі күрделі коммуникативтік құбылыс. Оған қатысушы коммуникация мүшелері – білім жеткізуші мен білім қабылдаушы – әлеуметтік статусы бар топтың, яғни институттың, өкілі ретінде институционалды қатынас құрады. Институционалды қатынас коммуниканттардың әлеуметтік рольдері, қызметі, сөйлеуші ме әлде сөйлеуді қабылдаушы ма, коммуникациядағы мақсаттарына байланысты сөйлеу әрекеттері белгілі ережелерге бағынады. Сондықтан академиялық дискурс ғылыми, саяси, экономикалық, педагогикалық, медициналық, заңнамалық, іскери, медиа т.б. институционалды дискурстар жүйесіне кіреді. Академиялық дискурстың ерекшеліктері мен аударматанудың заманауи парадимасына сай когнитивтік-дискурстық аударманың артықшылықтары қарастырылған. Аударманы қазіргі кезде түсіну тілдік қатынасты когнитивті тұрғысынан зерттеуге байланысты және оның пәнаралық сипатына байланысты аударма кезінде шет тілі мәтінінің мағынасын түсіну және беру механизмдерін түсіндіруде айтарлықтай әлеуетке ие. Сонымен, бүгінде кез-келген аударма тек тілден тілге аудару яғни таза «лингвистикалық трансфер» ғана емес, ол бір тілдік кодтан екіншісіне ауысудан асып түседі және мәні бойынша екі әлемнің көріністері арасындағы ымыраға келу, басқаша айтқанда мәдениеттерді аудару, мәдени тұрғыдан анықталған мәтіндерді құру болып табылады.

Түйін сөздер: дискурс, академиялық дискурс, аударма, когнитивті, дискурсивті

ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДА АКАДЕМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Блашова Н.Д., докторант PhD 3 курс

Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана,
Алматы, Казахстан
bnd_10@mail.ru

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию академического дискурса и его переводу, что актуально в эпоху глобализации знания. Академический дискурс - сложное коммуникативное явление, возникающее на основе синтеза научно-педагогических отношений и составляющее содержание области образования, научного знания и его передачи студенту. Участвующие в нем члены коммуникации – преподаватель/педагог и студент/получатель образования - образуют институциональные отношения как представитель группы с социальным статусом, то есть института. Институциональная коммуникация в зависимости от социальных ролей и деятельности коммуникаторов, будь то говорящие или принимающие речь, речевые действия подчиняются определенным правилам. Таким образом, академический дискурс включает в себя научный, политический, экономический, педагогический, медицинский, законодательный, деловой, медиа и т.д., и входит в систему институциональных дискурсов. Рассмотрены особенности академического дискурса и преимущества когнитивно-дискурсивного перевода в соответствии с современной парадигмой переводоведения. Современное понимание перевода обладает значительным потенциалом для объяснения механизмов понимания и передачи значения текста на иностранном языке при переводе благодаря когнитивному изучению языковой коммуникации и ее междисциплинарному характеру. Таким образом, любой перевод сегодня - это не просто чистый «лингвистический перенос» с одного языка на другой, он выходит за рамки перехода от одного языкового кода к другому и, по сути, является компромиссом между двумя картинками мира, другими словами, перевод культур, создание текстов, определяемых культурой.

Ключевые слова: дискурс, академический дискурс, перевод, когнитивный, дискурсивный

LINGUOCOGNITIVE ASPECTS OF ACADEMIC DISCOURSE TRANSLATION

Blashova N., 3 year PhD student

Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Kazakhstan
bnd_10@mail.ru

Abstract. This article is devoted to the study of academic discourse and its translation, which is relevant in the era of knowledge globalization. Academic discourse is a complex communicative phenomenon that arises on the basis of the synthesis of scientific and pedagogical relations and constitutes the content of the field of education, scientific knowledge and its transfer to the student. The communication members participating in it are teacher / educator and student / educational recipient - form institutional relations as a representative of a group with a social status, that is, an institution. Institutional communication, depending on the social roles and activities of communicators, whether they are speaking or receiving speech, speech actions are subject to certain rules. Thus, academic discourse includes scientific, political, economic, pedagogical, medical, legislative, business, media, etc., and is part of the system of institutional discourses. The features of academic discourse and the advantages of cognitive-discursive translation in accordance with the modern paradigm of translation studies are considered. The modern understanding of translation has significant potential for explaining the mechanisms of understanding and conveying the meaning of a text in a foreign language during translation due to the cognitive study of linguistic communication and its interdisciplinary nature. Thus, any translation today is not just a pure “linguistic transfer” from one language to another, it goes beyond the transition from one language code to another and, in fact, is a compromise between two pictures of the world, in other words, a translation of cultures, the creation of texts defined by culture.

Key words: discourse, academic discourse, translation, cognitive, discursive

Тіл білімінде XX-XXI ғасырлар тоғысқан мерзімде «дискурс» ұғымы өзектілігімен кең етек алып, зерттеушілердің қызығушылығын арттырды. Бұл тұрғыдағы зерттеу жұмыстары бірте-бірте жүргізілгендіктен, оның негізгі ұғымдары бірқалыпты анықталмаған. Осылайша, мәтіннің күрделі де көпқырлы мағынасы және оның дискурс түсінігімен байланысы анық ажыратылмаған. Заман өзгерісімен, қоғамның жаңа салалары мен жаңа лингвистикалық ұғымдардың енуі дискурс типологиясын тұрақты бірізділікке алып келмеді. Қазіргі таңда өзекті мәселе дискурс ұғымын грамматикалық, психологиялық, когнитивтік, коммуникативтік, стилистикалық, семантикалық аспектісі тұрғысынан қарастыру болып отыр.

Ғылым және білім берудің мәні мен маңызы артуы тіл білімінде жаңа ұғым және оның атауы ретінде «академиялық дискурс» деген термин әкелді. бірге қолданысқа ие болған «академиялық дискурс» термині тез арада зерттеулерде орын алып, белсенділік танытқанымен, оның мазмұны мен дискурстық ерекшеліктері тереңірек, кешенді түрде қарастыруды қажет етеді. Себебі бұл терминдік тіркестің құрамындағы екі сөздің екеуі де тереңірек талдауды талап етеді.

Дискурс тек тіл білімінде ғана емес, сонымен қатар философия, этнография, әлеуметтану, әлеуметтік лингвистика, психолінгвистика сияқты салалас ғылымдарда өзектілігімен қызығушылық танытып, дискурс теориясының қалыптасуына алып келді. Оған арналған көптеген зерттеулер Т.А. Ван Дейктің «...дискурс – мәтіннен басқа оны түсінуге қажет экстралингвистикалық факторларды (сөйлеушінің әлем туралы білімі, көзқарас, мақсаттары) қамтитын күрделі коммуникативтік құбылыс» – анықтамасына негізделген болса да [1, б.7], даму барысында дискурс күрделі ұғым болғандықтан, оның түрлі қырлары, түсініктеме, жіктемелері де пайда болды. Оларды кейінірек арнайы қарастырамыз.

Көпмағыналы, көпқырлы «дискурс» терминінің анықтамалары мен жіктемелері де аз емес. Солардың бірі, ресейлік ғалым В.И. Карасик дискурс зерттеулерін үш топқа бөледі: а) оның өзіне ғана тән белгілерге назар аударатын имманентті-лингвистикалық талдау, ә) әлеуметтік факторларға мән беріп, ескеретін әлеуметтік-лингвистикалық талдау және б) сөйлеушінің коммуникативтік мақсатына негізделетін прагмалингвистикалық талдау [2, С.199]. Әлеуметтік-лингвистикалық тұрғыдан қарағанда, дискурстың екі негізгі түрін ажыратуға болады. Олар жеке тұлға ретіндегі қатынас құрса, «персоналды» және қатысушылар белгілі қоғам топтарының өкілі ретінде қатынас құрса, «институционалды» болып бөлінеді.

Академиялық дискурс – ғылыми қатынас пен педагогикалық қатынастың синтезі негізінде пайда болып, білім беру саласының мазмұнын құрайтын ғылыми білім мен оны білім алушыға жеткізудегі күрделі коммуникативтік құбылыс. Оған қатысушы коммуникация мүшелері – білім жеткізуші мен білім қабылдаушы – әлеуметтік статусы бар топтың, яғни институттың, өкілі ретінде институционалды қатынас құрады. Институционалды қатынас коммуниканттардың әлеуметтік рольдері, қызметі, сөйлеуші мен әлде сөйлеуді қабылдаушы ма, коммуникациядағы мақсаттарына байланысты сөйлеу әрекеттері белгілі ережелерге бағынады. Сондықтан академиялық дискурс ғылыми, саяси, экономикалық, педагогикалық, медициналық, заңнамалық, іскери, медиа т.б. институционалды дискурстар жүйесіне кіреді.

Институционалды дискурс ретінде академиялық дискурс келесі оны құрайтын конститутивтік белгілермен сипатталады: дискурста қатысушылар, мерзімі, өтетін орны, мақсаты, құндылықтары, стратегиялары, материалы, түрлері, жанрлары, прецеденттік бірліктер мен дискурсивтік формулалары [2, с. 209].

Академиялық дискурстың (және жалпы ғылымның) ерекшелігі - «белгілі ескі білім, автордың жаңа және болжамды білім» үштігінің болуы. Академиялық / ғылыми мәтіннің құрылымы өзінің коммуникативтік мақсатына байланысты дискурстың басқа түрлерінен ерекшеленеді және «танымдық кезеңдердегі ғылым субъектісінің танымдық іс-әрекетінің құрылымын көрсетеді: проблемалық ситуация / проблема - гипотеза – гипотезаны дәлелдеу - қорытынды» [3].

Британдық лингвист К.Хайланд академиялық дискурсты «тәртіптік» және «ғылыми» түсініктері арқылы анықтайды. К.Хайландтың айтуы бойынша академиялық дискурс арнайы білімнің пайда болуы үшін шындықты түсіндіру мақсатында лексикалық, грамматикалық, риторикалық ресурстарды пайдаланады. Ғылыми білім – бұл ғалымдар тобының, қауымдастықтың меншігі. Бұл пікірталастар, кездесулер және т.б. нәтижесінде туындаған жағдайлардың нәтижесі.

Ғылыми және педагогикалық дискурстарға өте жақын болғанымен, академиялық дискурс институционалды дискурстар арасында өзінің жеке статусы, орнымен сипатталады.

Интеграциямен белгіленетін жаһандану заманында академиялық дискурстың қажеттілігі мен өзектілігі айқын көрінуде, себебі ол әр қоғамның келешегіне зор әсер ететін білікті маман дайындаумен тікелей байланысты. Қазіргі әлемдегі жаһандану процестері өмірдің әртүрлі салаларындағы көптеген интеграциялық құбылыстармен бірге білім мен ақпарат берудің құралы болып табылатын аударма рөлінің күрт өсуіне әкелді, кез келген мемлекет үшін иелік ету – оның әлемдік аренадағы бәсекеге қабілеттілігінің факторы болып табылады. Қазіргі әлемдегі жаһандану процестері өмірдің әртүрлі салаларындағы көптеген интеграциялық құбылыстармен бірге білім мен ақпарат берудің құралы болып табылатын аударма рөлінің күрт өсуіне әкелді, кез келген мемлекет үшін иелік ету – оның әлемдік аренадағы бәсекеге қабілеттілігінің факторы болып табылады. Осыған байланысты, қазіргі уақытта Қазақстанда «Рухани жаңғыру» мемлекеттік бағдарламасының бір бөлігі болып табылатын «Жаңа гуманитарлық білім. Қазақ тіліндегі 100 жаңа оқулық» жобасының аясында әлемнің үздік университеттері оқулықтарының қазақ тіліне аудармасы жүзеге асырылуда [11]. Соның қатарында келесі әлемге танымал оқулық пен оқу құралдары Anthony John Patrick Kenny. A New History of Western Philosophy (Volume 1) Ancient Philosophy – «Антика философиясы», N. Gregory Mankiw, Mark P. Taylor. Economics 4th edition – «Экономика», David Bordwell, Kristin Tomphson, Jeff Smith Film Art: An Introduction 11th Edition – «Кино өнеріне кіріспе», С.Тер-Минасова. Язык и межкультурная коммуникация – «Тіл және мәдениетаралық қатынас» т.б. қазақ тіліне аударылып, өз оқырман тұтынушысына жетуде.

Бұл дереккөздер тек өзінің алғашқы (тікелей) қызметімен ғана емес, сонымен қатар академиялық дискурс аудармаларының ерекшеліктерін анықтауға да мүмкіндік береді. Ол үшін ең алдымен дискурсты аударудың мәтін аударудан қандай айырмашылықтары бар екеніне назар аударсақ, олар, әрине, дискурстың көпқабатты, көпқырлы құбылыс болуынан туындайды. Нақты айтқанда, дискурсты құрайтын үш қыры: лингвистикалық (тіл бірліктерін қолдану) когнитивтік (ақпаратты, білімді, ойды жеткізу) және интерактивтік (тілдік қатынастағы қатысушылардың өзара әрекеттесуі) – аудару барысында өз көрінісін табады. Оларды екінші тілде түпнұсқаға релевантты

сай жеткізу өз заңдылықтарына сүйене келе, өзіне тән аудармашылық іс-әрекеттерімен белгіленеді. Жалпы айтқанда, академиялық дискурстың жазбаша түріне мазмұнның логикалық болуы тән; ақпараттың объективтілігі – нақты сандар, мәліметтер, мысалдар; лексикалық деңгейде - жалпы ғылыми, кәсіптік терминология және әр салаға тән арнайы терминдер жинағы; грамматикалық деңгейде – күрделі сөйлемдердің басым болуы, жақсыз сөйлемдер тән. Бірақ осы жалпы нейтралды қалпына қарамастан, дискурстық қатынаста қатысушылардың интербелсенділігіне байланысты модалділік сипаты айқын байқалмаса да көрініс табады. Ағылшын тіліндегі академиялық дискурсқа сандық экспресивтік тән (*most essential, much less limited*). Терминдерді қалыптастыруда метафоралардың рөлі ерекше. Мәселен, *prices rise – бағалар көтеріледі, өседі; prices fall – бағалар түседі, құлдырайды; dramatic growth – жылдам өсу*.

Аударма теориясының дамуының қазіргі кезеңінде аудармашының санасындағы екі мәдениеттің түйісуінде терең сөйлеу-ойлау процестеріне деген қызығушылықтың арқасында оның аударма процесіндегі белсенділігі екі тілдің - түпнұсқа мен аударма тіл арасындағы айырмашылыққа ғана емес, сонымен қатар, әлеуметтік-мәдени контекст, сыртқы (әлеуметтік, мәдени) және ішкі (психологиялық) факторларға байланысты. Басқаша айтқанда, «қазіргі заманғы аударма ісінің жаңа парадигмасында басты назар аудармашының іс-әрекетінің когнитивті құрамдас бөлігі мен оның когнитивті (интеллектуалдық) әлеуетіне аударылған. Бұл психологиялық, психолингвистикалық, когнитивтік психологияның, когнитивтік лингвистиканың терминологиялық аппаратына жүгінуге алып келді. Өйткені аударма процесінде болатын сөйлеу-ойлау процестерін талдау қажеттілігі туындайды. Осы орайда аударма «аудармашының танымы арқылы адресат пен адресаттың әр түрлі танымдық құрылымдарының өзара әрекеттесуі» деген жаңа, когнитивтік түсінік қалыптасады [4, б.75-76].

Аударманы қазіргі кезде түсіну тілдік қатынасты когнитивті тұрғысынан зерттеуге байланысты және оның пәнаралық сипатына байланысты аударма кезінде шет тілі мәтінінің мағынасын түсіну және беру механизмдерін түсіндіруге айтарлықтай әлеуетке ие[5]. Сонымен, бүгінде кез-келген аударма тек тілден тілге аудару яғни таза «лингвистикалық трансфер» ғана емес, ол бір тілдік кодтан екіншісіне ауысудан асып түседі және мәні бойынша екі әлемнің көріністері арасындағы ымыраға келу, басқаша айтқанда мәдениеттерді аудару, мәдени тұрғыдан анықталған мәтіндерді құру болып табылады [6]. Сонымен бірге, мәтін тек тілдің фрагменті, яғни лингвистикалық бірлік ретінде емес, вербалданған әлемнің бөлігі ретінде, ал аударма мәдениетаралық трансфер ретінде қарастырылуы маңызды. Нәтижесінде зерттеушілік қызығушылық түпнұсқа мәтіннен жаңа мәтінді құруға арналған материал ретінде қабылданатын аударма мәтінге, аудармаға ауысады. Талдаудың мәні аудармашының когнитивті сөйлеу-ойлау қызметіне әсер ететін әлеуметтік-мәдени мәнмәтінге, яғни тілден тыс әлеуметтік, мәдени және психологиялық факторларға бағытталған [7].

Академиялық дискурстың ағылшын тілінен қазақ тіліне аудармасына талдау жасауды Е.С.Кубрякованың «әрбір тілдік құбылысты тек таным мен қарым-қатынас қиылысында қарастырған жағдайда ғана барабар сипатталып, түсіндіруге болады» деген тұжырымы негізінде қарастырамыз [8, б.6]. Ол дискурстық аударманың ерекшеліктерін адекватты түрде көрсетеді, өйткені дискурс коммуникативті құбылыс (оқиға) болып табылады, ал оның аудармасы аударма тіліндегі түпнұсқа мазмұнның мейлінше толық көрінуін болжайды [9, б.150]. Ол үшін аудармашыға түпнұсқаның мазмұнын декодтап, түпнұсқада көрсетілген мағыналар жүйесін жеткізу керек, бұл танымдық іс-әрекет. Тиісінше, аударма процесінің соңғы мақсатын оның берілуіне айналдырып, аудармашы түпнұсқаның маңызды белгілерін сақтауға тырысады.

ӘДЕБИЕТ

1. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 310 б.
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс - Волгоград: Перемена, 2002. – 477 б.
3. Чернявская Е.В. Интерпретация научного текста. М.: 2010
4. Кунанбаева С.С. Концептологические основы когнитивной лингвистики в становлении полиязычной личности. / Учебное пособие – Алматы, 2017. – 264 б.

5. Селиверстова О.Н. Когнитивная семантика на фоне общего развития лингвистической науки. // Вопросы языкознания. – 2002. - № 6. – 12-26 бб.
6. Vermeer, H. J. A Skopos Theory of Translation (Some arguments for and against), Heidelberg: TEXTconTEXT. – 1996
7. Калиш Е.Е. Теоретические проблемы реконструкции дискурса в целях перевода. Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. канд. филол. н. – Иркутск, 2013. – 23 б.
8. Кубрякова Е. С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004, № 1. – 6-17 бб.
9. Тюленев С. В. Теория перевода: учеб. пособие. – М.: Гардарики, 2004. – 336 б.

УДК 91(574)

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЛАКУН В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ И ИХ ПЕРЕВОД

М.Д. Ашетаева., магистрант 2 курса,
специальность «М 056 – Переводческое дело: синхронный перевод»
КазУМОиМЯ им. Абылай хана, Алматы, Казахстан
ashetaevamadina1720@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются особенности перевода лакун в политическом дискурсе и проводится лингвокультурный и переводческий анализ лакун на материале официальных выступлений политических деятелей. В работе делается общий вывод о том, что особенности политического дискурса определяют специфику представленных в нём лакун и способы их элиминации при переводе. В ходе исследования выявлены наиболее распространённые типы лакун, наиболее и наименее употребляемые способы их перевода.

Ключевые слова: лакуна, политический дискурс, лингвокультурный анализ, компенсация лакун, заполнение лакун

ЛАКУНАЛАРДЫҢ САЯСИ ДИСКУРСТАҒЫ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ ЖӘНЕ ОЛАРДЫ АУДАРУ

М.Д. Ашетаева., «М 056 – Аударма ісі: синхронды аударма»
мамандығының 2 курс магистранты
Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ, Алматы, Қазақстан
e-mail: ashetaevamadina1720@gmail.com

Аңдатпа. Мақалада саяси дискурстағы лакуналарды аудару ерекшеліктері зерттеліп, саяси қайраткерлердің ресми сөйлеген сөздеріндегі лакуналарға лингвомәдени және аударма аспектілері бойынша талдау жасалады. Бұл ғылыми жұмыста саяси дискурстың ерекшеліктері ондағы лакуналардың ерекшелігін және аудармада оларды аудару тәсілдерін анықтайды деген жалпы тұжырым жасалады. Зерттеу барысында лакуналардың ең көп және ең аз таралған түрлері, оларды аударудың ең аз қолданылатын және ең жиі қолданылатын әдістері анықталды.

Түйін сөздер: лакуна, саяси дискурс, лингвомәдени талдау, лакуналарды компенсациялау, лакуналарды толтыру

LINGUOCULTUROLOGICAL ASPECTS OF THE LACUNAS IN POLITICAL DISCOURSE AND THEIR TRANSLATION

Ashetayeva M.D., 2nd year master's student, specialty «M 056 – Translation studies: simultaneous interpretation»
Ablai khan KazUIR&WL, Almaty, Kazakhstan
ashetaevamadina1720@gmail.com

Abstract. The article deals with the peculiarities of translation of lacunas in political discourse and conducts linguocultural and translational analysis of lacunas identified from official speeches of political figures. The overall conclusion is that the peculiarities of political discourse determine the specificity of the lacunas it

contains and the ways of their elimination in translation. The study reveals the most common types of gaps, the most and the least used methods of their translation.

Keywords: lacuna, political discourse, linguocultural analysis, gap compensation, gap filling

Термин лакуна происходит от латинского слова «*lacuna*» и переводится как углубление, впадина, полость. В толковом словаре Т.Ф. Ефремова лакуна трактуется следующим образом: 1) *Пропуск, пробел, недостающее место в тексте (в лингвистике и литературоведении); 2) Пробел в комплектовании; 3) Заполненный лимфой промежуток между элементами ткани и органами у животных (в анатомии).* В толковом словаре Ожегова лакуна это – пропуск, пробел, недостающее место в тексте. В лексическом словаре Оксфорда: “*lacuna – a place where something is missing in a piece of writing or in an idea, a theory, etc*”. В словаре также приведен синоним “*gap*”. Исходя из вышесказанного можно прийти к заключению, что лакуна термин, используемый в биологии и лингвистике, который обозначает пустое место. Данные пустые места доставляют много трудностей переводчикам, так как препятствуют адекватному переводу в силу своей самобытности, экзотичности и культурной наполненности. Если лакуны – это пустые места, тогда что является причиной сложности при переводе и что переводится? Лакуна появляется только при сравнении. При сравнении лексических единиц внутри одного языка появляется внутриязыковая лакуна. Сравнение лексических единиц двух языков порождает межязыковую лакуну. Межязыковая лакуна является предметом исследования данной научной работы. Языковая единица ИЯ (исходного языка) будет считаться лакуной, то есть пустым местом в языковой системе ЦЯ (целевого языка), в то время как для ИЯ эта лакуна будет считаться безэквивалентной лексикой. То есть мы переводим безэквивалентную лексику, и она образует лакуну в ЦЯ [1]. Почему так происходит? Существует несколько объяснений этому явлению: отсутствие лексической единицы, номинированной для выражения концепта; отсутствие концепта, соответственно отсутствие лексической единицы; недостаточно выраженность лексической единицы для номинирования концепта. Вышеперечисленные причины наделяют лакуны разными особенностями и классифицируют их.

В нашем исследовании мы будем опираться на классификации лакун, предложенные И.Ю. Морковиной, Ю.А. Сорокиным [2] (мотивированные и немотивированные) и В.Л. Муравьевым (абсолютные, относительные, стилистические, векторные) [3].

Целью предлагаемой статьи является выявление и анализ в текстах политического дискурса лексических лакун, их классификация, определение степени национально-культурной адаптации при переводе и причин переводческих ошибок.

Материалом исследования послужила речь президентов США – Д. Трампа и Дж. Байдена на первых предвыборных дебатах.

После анализа этих текстов были выявлены следующие виды лакун:

1. *Векторные лакуны* характеризуются несовпадением понятийных объемов слов в сопоставляемых языках.

Justice – судья Верховного суда	
Оригинальный текст	Перевод на русский язык
There aren't 100 million people with pre-existing conditions. As far as the say is concerned, people already had their say. They -- okay, Justice Ginsburg said -- very powerfully, very strongly -- at some point, 10 years ago or so, she said a president and the Senate is elected for a period of time, but a president's elected for four years. (речь Д. Трампа в телевизионных дебатах, 30 сентября 2020)	Нет 100 миллионов человек с хроническими заболеваниями. Что касается сказанного, то люди уже высказали свое мнение. Они... ладно, сказала судья Гинсбург... очень могущественно, очень сильно... в какой-то момент, 10 лет назад или около того, она сказала, что президент и Сенат избираются на период времени, но президент избирается на четыре года. (Перевод RTVI (российский международный информационный телеканал))

Лингвокультурный анализ: Сигналом того, что языковые единицы *justice* и *judge* являются векторными лакунами, является то, в английском языке они различаются по должностям,

соответственно номинируются по-разному, в то время как в казахском и русском языках они номинируются одинаково как Судья.

Переводческий анализ: В данном случае переводчик решил не подчеркивать статус судьи и использовал генерализацию.

2. *Немотивированные лакуны* характеризуются отсутствием лексической единицы, не связанным с отсутствием предмета или явления.

Filibuster – филибастер	
Оригинальный текст	Перевод на русский язык
Mr. Vice President, if Senate Republicans -- we were originally talking about the Supreme Court here -- if Senate Republicans, go ahead and confirm justice Barrett, there has been talk about ending the <i>filibuster</i> , or even packing the court, adding to the nine justices there. Are you willing to tell the American people tonight, whether or not you will support either ending the <i>filibuster</i> or packing the court? (речь Д. Трампа в телевизионных дебатах, 30 сентября 2020)	Господин Вице-Президент, так как мы начали говорить о Верховном суде, если Сенат утвердит кандидатуру Судьи Баррета, то было мнение, что нужно отменить « <i>филибастер</i> », то есть правило остановки процессуальных действий Сената. Готовы ли вы сегодня вечером рассказать американскому народу, поддержите ли вы отмену « <i>филибастера</i> »? (Перевод RTVI (российский международный информационный телеканал))

Лингвокультурный анализ: В Казахстанской политической системе невозможно использовать *filibuster*, так как при принятии каких-либо законопроектов голосование проходит отдельно по Палатам с четким ограничением по времени. А в случае США в каждом пленарном заседании по обсуждению нового законопроекта, любой сенатор может взять слово и очень долго обсуждать, так как обсуждение законопроектов не ограничено по времени. Таким образом, время принятия законопроекта оттягивается и это называется правилом *filibuster*.

Переводческий анализ: Переводчик транслитерировал термин *filibuster* как *филибастер* и добавил описательный перевод (правило остановки процессуальных действий Сената), так как аудитория ПЯ не знакома с данным термином. Мы также предлагаем перевести данный термин как *забалтывание*.

3. *Мотивированные лакуны* характеризуются отсутствием понятия/концепта в сознании народа и отсутствием лексических единиц для выражения данного понятия.

Roe V. Wade - Роу против Вейд – дело по легализации аборт	
Оригинальный текст	Перевод на русский язык
I don't think so. There's nothing happening there. You don't know her view on <i>Roe v Wade</i> (речь Д. Трампа в телевизионных дебатах, 30 сентября 2020).	Я так не думаю. Там ничего не происходит. Вы не знаете ее взгляды на <i>Роу против Вейд</i> . (Перевод RTVI (российский международный информационный телеканал))

Лингвокультурный анализ: Легализация абортов осталась в истории США как «Роу против Уэйда». Это мотивированная лакуна, так как имеет исторический, социальный подтекст, который тяжело понять представителям чужой лингвокультуры без глубокого изучения.

Переводческий анализ: Мы считаем, что данный перевод - *Roe V. Wade - Роу против Вейд* - некорректен и не может адекватно восприниматься иностранной аудиторией, которая будет его читать. Мы предлагаем переводить данную мотивированную лакуну как *легализация абортов, дело по легализации абортов*.

4. *Стилистические лакуны* выделяются на основании отсутствия в одном из сопоставляемых языков слова, стилистически окрашенного так же, как и слово с тем же значением в другом языке

Inshallah – Если на то есть воля Божья	
Оригинальный текст	Перевод на русский язык
- When? <i>Inshallah</i> ?	- Когда? <i>Иншаллах</i> ?

Лингвокультурный анализ: *Inshallah* используется мусульманами касательно будущего времени. Дословно обозначает «Если на то есть воля Божья». Для казахстанского народа использование *inshallah* в данном высказывании Джо Байдена неуместно, так как в нашем обществе стилистическая окраска и значение этого слова иные. В разговорном арабском языке *inshallah* используется для вежливого отказа или легкого «нет». Президент имел в виду, что Трамп никогда не покажет свои налоговые отчисления, а не то, что Трамп по воле Всевышнего когда-нибудь их покажет.

Переводческий анализ: Переводчик решил перевести *inshallah*, используя транслитерацию без дополнительного толкования, так как *inshallah* хорошо известно в Казахстане и во многих странах СНГ. Но, переводчик не принял во внимание стилистическую окраску этого слова и перевод получился некорректным, тем самым исказив заложенный в него смысл в конкретном контексте. На наш взгляд переводчику лучше опустить *inshallah*, так как это опущение не меняет смысл текста, в то время как перевод с помощью транслитерации приводит реципиента в недоумение.

Проанализировав различные виды лакун на материале политического дискурса, подведем некоторые итоги, касающиеся видов и способов элиминирования лакун при переводе текста на русский язык. В первую очередь отметим частотность встречаемости разных типов лакун в ПД. В нашем исследовании мы выявили, что количество мотивированных в политическом дискурсе превышает количество других видов лакун, что отражено в *Диаграмме 1*:

ЛАКУНЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

■ мотивированные ■ абсолютные/немотивированные ■ векторные ■ стилистические

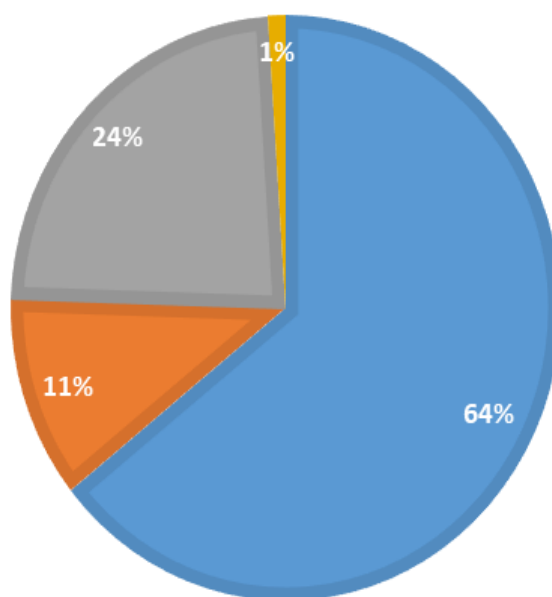


Диаграмма 1. Лакуны в политическом дискурсе

Что касается перевода лакун, отметим, что политический дискурс должен быть переведен максимально точно и развернуто, он содержит огромное количество терминов и неологизмов, которые должны быть переданы должным смысловым наполнением. В связи с этим описательный

перевод, конкретизация и генерализация являются самыми часто используемыми методами передачи лакун в политическом дискурсе, что отображено в *Диаграмме 2*:

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В ПЕРЕВОДЕ ЛАКУН

■ Описательный перевод ■ Транслитерация ■ Генерализация ■ Конкретизация

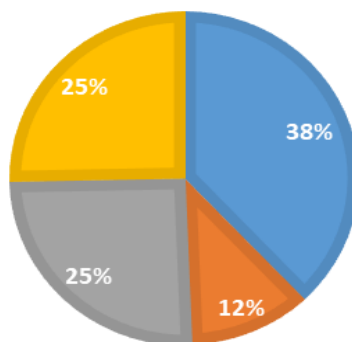


Диаграмма 2. Переводческие трансформации в переводе лакун

В заключение отметим, что в политическом дискурсе преобладает число мотивированных лакун из-за различий в политической системе, истории и культуре стран. При элиминации лакун в политическом дискурсе не допускаются неточности и искажения смысла, необходимо полностью передавать коммуникативные намерения автора. Поэтому в качестве основного приема элиминации лакун рекомендуется использовать описательный перевод.

Литература

1. Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и национальное сознание. Изд.3., перераб. и доп. Воронеж: Истоки, 2007. 61 с.
2. Марковина И.Ю., Сорокин Ю.А. Культура и текст. Введение в лакунологию. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2008. - 144 с.
3. Муравьев В.Л. Лексические лакуны (на материале лексики французского и русского языков) / В. Л. Муравьев. - Владимир, 1975. - 96 с.

УДК 81'33

СТРАТЕГИИ ПЕРЕДАЧИ ИМПЛИЦИТНОСТИ В ПЕРЕВОДЕ МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА

Д.С.Тәжібаева, магистрант 2 курса

Специальность: М056 “Переводческое дело, синхронный перевод”

Казахский университет международных отношений и мировых языков им.Абылай хана

Алматы, Казахстан

diana.tazhibayeva@mail.ru

Аннотация. Явление имплицитности уже не первое десятилетие активно изучается лингвистической наукой. Язык, будучи сложной, многоуровневой системой, состоит не только из знаков, но также из их значений, идей и ассоциаций, которые формируются у коммуникантов в ходе мыслительных операций и общения. Асимметрический дуализм языкового знака, который предполагает расхождение между планом содержания и планом выражения, лег в основу явления имплицитности. В таком сложном процессе, как перевод, могут возникать сложности в передаче скрытых смыслов, что бывает обусловлено самыми различными факторами: от культурных различий до релевантности той или иной информации для обеих культур. Переводчику средств массовой информации одного лингвокультурного сообщества на другой

язык важно не столько передать языковую составляющую, сколько его картину мира: эксплицировать имплицитное или сохранить скрытый смысл, чтобы читатель мог восстановить его самостоятельно. В данной работе рассматриваются способы передачи имплицитного содержания в переводе медийного дискурса, которые были выведены по результатам сравнительно-сопоставительного анализа оригиналов и переводов фрагментов медийного дискурса, с учетом основных видов скрытого смысла, выделенных нами в рамках диссертационного исследования. Для анализа были выбраны англоязычные медиа Guardian, Independent (Великобритания), Politico (США) и онлайн-ресурс с их переводами и пересказами ИноТВ (Россия).

Ключевые слова: имплицитность, экстралингвистическая ситуация, индикаторы, идентификаторы, обязательная информация, факультативная информация, экспликация, декомпрессия, компенсация скрытого смысла.

МЕДИАДИСКУРСЫ АУДАРУ БАРЫСЫНДАҒЫ ИМПЛИЦИТТІК ҚҰБЫЛЫСЫН ЖЕТКІЗУ СТРАТЕГИЯЛАРЫ

Д.С.Тәжібаева, 2 курс магистранты

Мамандығы: M056 «Аударма ісі, ілеспе аударма»

Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті

Алматы, Қазақстан

diana.tazhibayeva@mail.ru

Андатпа. Имплициттік құбылысы соңғы онжылдықта тіл ғылымы аясында қарқынды зерттеліп келеді. Тіл күрделі әрі көпдеңгейлі жүйе бола отырып, таңбалардан ғана емес, сонымен қатар таңбалардың мағынасынан, когнитивтік операциялардан және коммуникация барысында қалыптасатын идеялар мен түрлі ассоциациялардан да тұрады. Имплициттік құбылысының негізінде тілдік таңбалардың асимметриялық дуализмі жатыр. Ол мәтіннің мазмұны мен айтылуы/жазылуы арасындағы айырмашылықты білдіреді. Аударма сияқты күрделі процесте имплицитті (жасырын) мағыналарды беру кезінде әр түрлі факторларға байланысты қиындықтар туындайды. Оларға мәдени айырмашылықтар мен екі мәдениетке де ортақ ақпараттың сай келуін жатқызуға болады. Лингвомәдени қоғамдастықтың БАҚ ақпараттарын басқа тілге аудару барысында аудармашы тек тілдік компонентті ғана емес, сонымен қатар сол қауымға тән әлем бейнесін де жеткізуі қажет, яғни имплицитті (жасырын) мағынаны экспликациялау, немесе оқырман оны өз бетінше түсінетіндей етіп сақтап қалуы қажет. Бұл жұмыста диссертациялық зерттеу барысында белгіленген анықталған имплицитті (жасырын) мағыналардың негізгі түрлеріне қатысты БАҚ үзінділері мен аудармаларға салыстырмалы-салғастырмалы талдау жасалып, соның нәтижесінде медиадискурстағы имплицитті мағыналарды беру жолдары қарастырылады. Талдау жасау үшін Guardian, Independent (Ұлыбритания), Politico (АҚШ) сияқты ағылшын тілді БАҚ құралдары және олардың аудармасы мен мазмұнын қамтитын ИноТВ (Ресей) онлайн-ресурсы таңдалды.

Түйін сөздер: имплициттік, экстралингвистикалық жағдаят, индикатор, идентификатор, міндетті ақпарат, факультативті ақпарат, экспликациялау, декомпрессиялау, имплицитті (жасырын) мағынаны компенсациялау.

STRATEGIES FOR TRANSFERRING IMPLICITNESS IN TRANSLATION OF MEDIA DISCOURSE,

D.S.Tazhibayeva, 2nd year master's degree student

Specialty: M056 "Translation studies, simultaneous interpretation"

Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages

Almaty, Kazakhstan

diana.tazhibayeva@mail.ru

Abstract. For more than a decade, the phenomenon of implicitness has been actively studied by Linguistics. Language, being a complex, multi-level system, comprises not only signs, but also their meanings, ideas, and associations created when performing mental operations in the course of communication. The asymmetric dualism of a linguistic sign implying a discrepancy between the content and its expression formed the basis of the phenomenon of implicitness. For a translator of the media of one linguacultural community into another

language, it is more important to convey fragments of the world picture rather than carrying the linguistic content: to explicate the implicit or to preserve the hidden meaning so that the reader can restore it on his own. In such a complex process as translation, challenges may appear in conveying implicit meanings due to a number of factors from cultural differences up to the relevance of this or that information for both cultures. This work examines the ways of conveying implicit content in the translation of media discourse. The methods are extracted from the comparative-contrastive analysis of media discourse units' ST and TT results with considering the main types of implicitness identified in the framework of the master thesis. For the analysis, the English-language media Guardian, Independent (UK), Politico (USA), and an online resource with their translation and retelling InoTV (Russia) were selected.

Key words: implicitness, extralinguistic situation, indicators, identifiers, mandatory information, factual information, explication, decompression, compensation of hidden meaning.

Явление имплицитности, которое прослеживается практически в каждом тексте, доказывает, что языковые знаки не являются единственным источником информации, так как представляют собой его поверхностную структуру. Подразделяя информацию на эксплицитную (явно выраженную) и имплицитную (скрытую) составляющие, заметим, что второй компонент обладает большей смысловоемкостью, другими словами, план содержания превосходит план выражения. Первым, кто обратил свое внимание на феномен расхождения между планом выражения и планом содержания был Ф. де Соссюр. Он писал: *«связь, соединяющая означающее с означаемым, произвольна; поскольку под знаком мы понимаем целое, возникающее в результате ассоциации некоторого означающего с некоторым означаемым, то эту же мысль мы можем выразить проще: языковой знак произволен»* [1]. Связь между означающим и означаемым не всегда определяется свойствами обозначаемого.

Изучая имплицитность в рамках медийного дискурса, обратим внимание на его особенность, заключающуюся в необходимости понимания картины мира социума, правильной и адекватной интерпретации содержания, которое зачастую бывает неявно выражено. Известно много фактов того, как СМИ отличных друг от друга лингвокультурных сообществ освещают одно и то же событие по-разному, или того, как переводчики передают скрытую информацию.

Принимая во внимание картину мира, опираясь на уже известную информацию, вводя пресуппозиции (логический вывод смыслов), а также добавляя новые сведения, которые вызовут те или иные ассоциации у членов сообщества, средства массовой информации и коммуникации имплицитно формируют и меняют картину мира целого общества. Недаром СМИ называют «четвертой ветвью власти» [2]. Дискурс - это текст, который взаимодействует с широким экстралингвистическим контекстом, а продукты познания, смыслы и ценности, оценочные установки, присутствующие в дискурсе, являются объектами лингвокультуры.

Перед тем, как приступить к непосредственному рассмотрению примеров перевода медийного дискурса, выделим основные виды имплицитного смысла, исходя из факторов, которые влияют на его формирование и интерпретацию, которые мы определили в рамках нашей научной работы: 1) источник интерпретации имплицитности [А.П.Старкова 1983 [3], В.Н.Комиссаров 2002 [4], А.В.Бондарко 2006 [5], Г.П.Грайс 1975 [6], Б.Д.Хоумер и Дж.Т.Рэмзи 1999 [7]; 2) информативность и важность подразумеваемой информации [А.Н.Баранов, 2011] [8].

Так, согласно первому критерию, легшему в основу классификаций, выдвинутых первой группой ученых, выделяются следующие типы имплицитного смысла:

- 1) извлекающийся из внелингвистической ситуации при ее взаимодействии с языковой составляющей;
- 2) извлекающийся на основе значений, закрепленных в языке (структуре) и культуре, тексте;
- 3) импликация, или логический вывод (отнесен к имплицитности Б.Д.Хоумером и Дж.Т.Рэмзи).

Изучая имплицитность с точки зрения источника скрытого смысла, считаем необходимым вспомнить о понятиях индикаторов и идентификаторов имплицитности, введенных А.П.Старковой. По мнению лингвиста, для того, чтобы расшифровать имплицитное содержание

высказывания, важно обратить внимание на наличие а) сигналов имплицитности и б) информации в тексте для раскрытия скрытого смысла.

Определим место индикаторов и идентификаторов в видах имплицитности, выделенных первой группой лингвистов, исходя из источника скрытого смысла. Так, если индикаторы присутствуют в тексте, а идентификаторы находятся за его пределами, то такой вид имплицитности мы отнесем к конкретно-контекстуальной (по В.Н.Комиссарову), конверсационной имплицатуре (по Г.П.Грайсу), ситуативной (А.В.Бондарко), или глубокой имплицитности (по А.П.Старковой). В случае, если идентификаторы имплицитного содержания находятся в пределах текста, или каким-либо образом закреплены в структуре языка или культуре, то их мы отнесем к разряду общекоммуникативных, конвенциональных, системно-языковых, или скрытой имплицитности соответственно, согласно классификациям вышеназванных лингвистов.

Следующим критерием, который мы примем во внимание в предстоящем анализе переводов, является информативность и важность подразумеваемой информации. Данный способ систематизации имплицитного содержания был предложен А.Н.Барановым и интересен для нас в контексте перевода, поскольку в таком процессе некоторые составляющие высказываний могут уточняться или опускаться в силу различий в культурах и картинах мира. Так, информация, предполагающаяся, как общеизвестная для одного сообщества, зачастую непонятна для другого, в связи с чем перед переводчиком встает задача определить, насколько сведения могут быть важными (параметр обязательность-факультативность) для налаживания коммуникации (параметр вербализуемость-невербализуемость).

Рассмотрев основные подходы к классификации имплицитного содержания, приступим к сравнительно-сопоставительному анализу оригиналов и переводов фрагментов медийного дискурса.

1. Оригинал Guardian: *Brexit: Johnson heads to Brussels after UK holds out olive branch*.

Перевод ИноТВ: *Guardian: Джонсон отправится в Брюссель в надежде выйти из тупика в переговорах по брекситу*.

1) Значение выражения “*to hold out olive branch*” (букв. “протянуть оливковую ветвь”) закреплено в культуре ИЯ, индикаторы и идентификаторы имплицитного содержания находятся в пределах текста. Выражение не переведено буквально, поскольку оно может не донести русскоязычному адресату конвенционально вложенный в него смысл “*предложить мировую*”. Перевод “*в надежде выйти из тупика*” осуществляет компенсацию имплицитного смысла всего заголовка. Информация обязательная и вербализуемая, передана полностью.

2) Фамилия премьер-министра транслитерирована, поскольку его личность известна в обоих сообществах, в информации о его позиции нет необходимости. Имплицитность сохранена в переводе. Информация обязательная и вербализуемая, передана полностью.

2. Оригинал Independent: *Tory MP arrested over rape will not attend Parliament while on bail*.

Перевод ИноТВ: *В Лондоне по обвинению в изнасиловании арестован депутат парламента*.

1) Имплицитный смысл закрепленный в языке, имеет место безэквивалентная лексика “*Tory MP*”. Индикаторы и идентификаторы имплицитного содержания находятся в пределах текста. Подбор аналогий, компенсация. Словосочетание “*депутат парламента*” представляет собой аналогию в терминологии политической системы Российской Федерации. Культурно-значимый компонент “*Tory*”, который говорит о принадлежности депутата к консервативной партии “*Тори*”, имплицитный смысл опускается, так как не имеет большой важности для русскоязычного читателя, не обладающего фоновыми знаниями. Информация о городе служит для того, чтобы заполнить данный пробел. Вербализуемая и обязательная информация передана полностью, осуществлена декомпрессия.

2) Словосочетание “arrested over rape” лаконично и кратко по выраженности, в переводе, но эксплицировано в соответствии с нормами ПЯ. Вербализуемая и обязательная информация передана полностью, осуществлена декомпрессия.

3. Оригинал Guardian: *The commission said the “trade shock” from these so-called non-tariff barriers amounted to the equivalent of a tax on imports worth 10.9% for the EU and 8.5% for the UK.*

Перевод ИноТВ: *Так, по оценкам Еврокомиссии, «потрясения, вызванные резким изменением условий торговли» с момента вступления в силу торговой сделки Лондона и Брюсселя сравнимы с налогом на импорт продукции в размере 10,9% для ЕС и 8,5% для Великобритании*

1) Скрытый смысл извлекается с опорой на экстралингвистическую ситуацию. Перевод “торговый шок” будет верным с точки зрения синтактики, но не будет способствовать полному раскрытию смысла пропозиции. Индикаторы имплицитного содержания находятся в пределах текста, а идентификаторы - за пределами. Словосочетание “trade shock” очень подробно объясняется «потрясения, вызванные резким изменением условий торговли», экспликация имплицитного смысла. Обязательная информация передана полностью, осуществлена декомпрессия.

2) Аббревиатуры UK и EU переведены как Лондон и Брюссель, что обеспечило экономию лексических единиц (вместо “Соединенное Королевство” и “Европейский Союз”). Обязательная информация передана полностью, осуществлена декомпрессия.

4. Оригинал Politico: *The president-elect’s team has also canceled an Amtrak trip from Wilmington to Washington planned for Monday because of heightened security concerns.*

Перевод ИноТВ: *Кроме того, команда будущего главы Белого дома отменила по тем же причинам поездку Байдена на поезде из Уилмингтона в Вашингтон.*

1) скрытый смысл может быть извлечен только при наличии фоновых знаний у аудитории. Так, словосочетание “an Amtrak trip from Wilmington to Washington” означает поездку на поезде компании Amtrak из штата Уилмингтон, где жил Дж.Байден до избрания на пост президента, в Вашингтон, где находится Белый дом.

2) Информация факультативна для ПЯ, поэтому переводчик передал ее следующим образом: “поездка Байдена на поезде из Уилмингтона в Вашингтон”, не вводя информацию о том, что президент жил в Уилмингтоне, поскольку она не представляет такой важности для русскоязычной аудитории, как для американской, для которой эти сведения общеизвестны, а потому и невербализованы. В переводе имеются индикаторы имплицитности, намекающие на неполноту смысла, но отсутствуют идентификаторы.

Проанализировав вышеприведенные фрагменты медийного дискурса и их переводы, мы пронаблюдали некоторые закономерности.

1. В случаях, когда скрытый смысл выражения или высказывания закреплён в ИЯ, но отсутствует в ПЯ, то прямой перевод на ПЯ рискует быть неправильным, вследствие чего переводчик а) осуществляет компенсацию имплицитного смысла всего заголовка (*to hold out olive branch - в надежде выйти из тупика*), б) ищет аналог в ПЯ, что частично эксплицирует имплицитное содержание (*Tory MP - депутат парламента*).

2. В случаях, если скрытый смысл присутствует в обеих культурах, то есть является универсальным, то имплицитность сохраняется, что позволяет адресату (читателю) восстановить скрытую информацию самостоятельно (*Brexit - Брексит, Johnson - Джонсон*).

3. Обязательная и вербализуемая информация передается в той же мере, в какой она присутствует в оригинале (с индикаторами и идентификаторами *arrested over rape - арестован по обвинению в изнасиловании*), а информация необязательная (факультативная) и невербализуемая зачастую опускается (например, передать индикаторы, но не вводить идентификаторы: *an Amtrak trip from Wilmington to Washington - поездка Байдена на поезде из Уилмингтона в Вашингтон*, переводчик не вводит информацию о том, что дом Дж.Байдена находится в штате Уилмингтон.

Также опускается название железнодорожной компании, поскольку оно у аудитории ПЯ оно не вызывает ассоциаций, но имеет значение для аудитории ИЯ).

4. Информацию вербализованную, но являющейся по сути своей факультативной для другой культуры переводчики подвергали компрессии, т.е., сжатию (*Tory MP - denymat parlamenta, вместо член консервативной партии тори*), а обратную стратегию декомпрессии подвергли обязательную, но не вербализованную в полной мере в оригинале информацию (*trade shock - потрясения, вызванные резким изменением условий торговли*).

ЛИТЕРАТУРА

1. Соссюр Ф. Д., Беспалов. В. Е, Рут М. Э. Курс общей лингвистики. – Пер. с франц. С. В. Чистяковой. Под общ. рея. М. Э. Рут.— Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1999.— 432
2. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – 2008.
3. Старкова А. П. Имплицитность как семантическое явление и ее функции в художественном тексте : дис. – М. : АП Старкова, 1983.
4. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. – М : ЭТС, 2002.
5. Бондарко А. В. Эксплицитность / имплицитность в общей системе категоризации семантики // Семантико-дискурсивные исследования языка. Эксплицитность / имплицитность выражения смыслов: материалы междунар. науч. конф. Калининград, Светлогорск, 2006. С. 23–34.
6. Grice H. P. Logic and conversation //Speech acts. – Brill, 1975. pp. 41-58.
7. Homer B. D., Ramsay J. T. Making implicit explicit: The role of learning //Behavioral and Brain Sciences. – 1999. – Т. 22. – №. 5. – С. 770-770.
8. Баранов А. Н. Скрытое (имплицитное) утверждение в лингвистической экспертизе текста // Юрислингвистика. – 2011. – №. 11.
[Электронный ресурс] <https://www.theguardian.com/politics/2020/dec/07/brexit-boris-johnson-brussels-face-to-face-meeting-ursula-von-der-leyen> (дата обращения 24.04.2021)
[Электронный ресурс] <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/conservative-mp-arrested-rape-commons-latest-lyndsay-hoyle-a9699081.html> (дата обращения 24.04.2021)
[Электронный ресурс] <https://www.theguardian.com/politics/2021/feb/11/brexit-to-cost-four-times-worse-for-uk-than-eu-brussels-forecasts> (дата обращения 24.04.2021)
[Электронный ресурс] <https://www.politico.com/news/2021/01/14/biden-team-postpones-inauguration-rehearsal-due-to-security-threats-459538> (дата обращения 24.04.2021)
[Электронный ресурс] <https://russian.rt.com/inotv/2020-12-08/Guardian-Dzhonson-otpravitsya-v-Bryussel> (дата обращения 24.04.2021)
[Электронный ресурс] <https://rg.ru/2020/08/02/v-londone-po-obvineniiu-v-iznasilovanii-arestovan-deputat-parlamenta.html> (дата обращения 24.04.2021)
[Электронный ресурс] <https://russian.rt.com/inotv/2021-02-14/Guardian-breksit-udarit-po-Velikobritanii> (дата обращения 24.04.2021)
[Электронный ресурс] <https://russian.rt.com/inotv/2021-01-15/Politico-repeticiya-inauguracii-Bajdena-otlozhena> (дата обращения 24.04.2021).

ӨОЖ 91(574)

АУДАРМА КЕЗІНДЕГІ РЕАЛИЯЛАРДЫ АУДАРУ МӘСЕЛЕСІ

Мұратова Н.Б

Абылай хан атындағы

Қазақ Халықаралық Қатынастар және Әлем Тілдері Университеті

nuria261198@mail.com

Андатпа. Бұл мақала аударма ғылымының бір бөлігі болып табылатын реалияларды талдауға арналған. Осы мақалада реалиялар дамуы және рөлі тақырыптары қарастырылады. Реалиялардың жіктелуі және олардың түрлері сипатталған. Реалия терминін еңгізіп, зерттеген ғалымдардың реалия сөздер туралы анықтамалары беріліп, реалияларды аудару кезінде аудармашылар кездесетін қиындықтар

да сипатталды. Баламасыз лексика болып табылатын терминдерді аударуда көптеген аудармашылар қолданатын ең негізгі деп есептелетін аударма тәсілдері көрсетілді. Берілген тәсілдерді пайдаланып, қазақ тіліндегі реалия сөздерінің ағылшын тіліндегі аудармаларын беріліп және реалия сөздерді аудару мәселесіне баса назар аударылды.

Түйін сөздер: Аударма, аударма мәселесі, реалиялар, аударма тәсілдері.

ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ

Муратова Н.Б

Казахский Университет Международных Отношений и Мировых Языков имени Абылай Хана
nuria261198@mail.com

Аннотация. Эта статья посвящена анализу реалии, которые являются частью науки перевода. В данной статье рассматриваются темы развития и роли реалии. Описана классификация реалии и их виды. Были даны определения ученых которые ввели термин «реалия» и описаны трудности, с которыми сталкиваются переводчики при переводе реалий. При переводе терминов, являющихся безэквивалентной лексикой, были показаны способы перевода, которые считаются наиболее основными, используемыми многими переводчиками. Используя приведенные подходы, было уделено большое внимание переводу реалий с казахского на английский язык.

Ключевые слова: Перевод, проблема перевода, реалии, методы перевода.

THE PROBLEM OF TRANSLATING REALIAS IN TRANSLATION

Muratova N.B

Kazakh Ablaihan University of International Relations and World languages
nuria261198@mail.com

Abstract. This article analyzes the realias that are part of the science of translation. This article discusses the topics of development and the role of realia. The classification of realias and their types is described. The definitions of the scientists who introduced the term “realia” were given and the difficulties that translators face when translating realias also were described. When translating terms that are non-equivalent vocabulary, the methods of translation that are considered the most basic, used by many translators, were shown. Using the given methods in the translation of realia, much attention was paid to the translation of realias from Kazakh into English.

Key words: Translation, problems of translation, realia, translation methods.

Аударманың маңыздылығы және оның адам өміріндегі ерекше орны барған сайын айқын сезіле бастағаны белгілі. Аударма арқылы әртүрлі тілдерде сөйлейтін адамдар, көпұлтты мемлекеттер өзара түсінісіп, сөйлесе алады. Аударма тіларалық және мәдениетаралық қарым-қатынасты қамтамасыз етеді және аударма арқылы әртүрлі ілімдер мен ғылымдар таралуда.

Аударма ғылымы – ғылым ретінде дамыған сайын көптеген мәселелер мен даулы ережелерді қамтитын ғылымның бір саласы деуге де болады. Қазіргі таңда зерттеушілер көбінесе қарама-қайшылығы мол пікірлердің қайнар көзі болып табылатын әртүрлі аударма объектілеріне назар аударуда. Бұл мақаланың тақырыбы – реалиялар және оларды аудару әдістеріне арналған және бұл мәселе аударма ғылымында ең даулы мәселелердің бірі болып табылады деп есептеймін.

Аудармашы көркем шығармаларды аудару кезінде тіл мен мәдениеттің элементтерін сипаттайтын сөздер яғни реалияларды аудару мәселесімен бетпе-бет кездесетіндігі айдан анық.

Лингвистикалық құбылыс ретінде реалиялар эквивалентсіз лексика санатына жатады. Олар тіл мен мәдениеттің өзара әрекеттесуін зерттеуде үлкен қызығушылық тудырады. Аудармашы бастапқы мәтінде көрсетілген анықтамалық мәндерді беру кезінде кездесетін негізгі мәселе – бастапқы тіл мен аударма тілінің бірліктеріне тән мәндердің бір-біріне сәйкес келмеуі. Л. С.

Бархударов екі тармақтың лексикалық бірліктері арасындағы семантикалық сәйкестіктердің барлық түрлерін үш негізгі: толық сәйкестік; ішінара сәйкестік; сәйкестіктің болмауы деп бөліп көрсеткен болатын. [1, 746]

Көбінесе белгілі бір реалияларды аудару оқырманның аударылған мәтіндегі жеке кейіпкерлер, оқиғалар туралы, сондай-ақ жұмыстың негізгі идеясы туралы пікірін қалыптастырып анықтайды, яғни реалияларды аудару аудармашының “бірлескен автор” ретіндегі рөлін анықтайтын құралдардың бірі болып табылады” десек те артық болмас.

Ең алдымен, “реалия” термині нені білдіретінін нақтылап алуымыз қажет. Бұл терминнің көптеген анықтамалары бар, бірақ біз кең мағынада ашып көрсетуге тырысамыз және В. С. Виноградовтың пікірін бөлісіп, реалийлерді біз ұлттық сипатқа ие және баламасыз лексика арқылы жүзеге асырылатын құбылыстар деп сенеміз, сонымен қатар, белгілі бір мәдениетке тән құбылыстар, “арнайы сөздерде көрініс таппаған және ең қарапайым сөздермен бекітілген құбылыстар да бар, алайда олар мәдени тұрғыдан ерекшеленеді. [2, 886]

“Реалия” сөзі- латын сын есімі (realise; мн. реалия-ұқсас лексикалық категориялардың әсерінен зат есімге айналған “ нақты зат, нәрсе”) ұғымын береді. О. С. Ахманова берген анықтамаларында реалиялар – бұл материалдық мәдениеттің объектілері екенін атап өткен [3, 381 б.].

Автордың анықтамасына сәйкес, шындық “классикалық грамматикада сыртқы лингвистика зерттейтін әртүрлі факторлар, мысалы, елдің мемлекеттік құрылымы, белгілі бір халықтың тарихы мен мәдениеті, белгілі бір тілде сөйлеушілердің тілдік байланыстары және т.б. олардың осы тілде көрінісі” [3, 381 б.]. Г. Д. Томахиннің анықтамасы бойынша, реалия – бұл “белгілі бір халықтар мен ұлттарға ғана тән материалдық мәдениет объектілерінің атаулары, тарих фактілері, мемлекеттік институттар, ұлттық және фольклорлық кейіпкерлердің есімдері, мифологиялық тіршілік иелері және т.б.” Басқа тілдің лексикасында бір тілдің белгілі бір лексикалық бірлігіне сәйкестік толығымен болмаған жағдайда, балама лексика туралы айтқан жөн. Бұл терминді Е. М. Верещагин мен В. Г. Костомаров енгізген екен. Эквивалентсіз лексика бойынша олар “басқа мәдениетте және басқа тілде жоқ ұғымдарды білдіруге қызмет ететін сөздер, жеке мәдени элементтерге қатысты сөздер, яғни тек бір мәдениетке ғана тән және екінші мәдениетте жоқ мәдени элементтерге, сондай-ақ басқа тілге аудармасы жоқ, бір сөзбен айтқанда, олар тиесілі тілден тыс баламасы жоқ сөздер” деп берген екен авторлар . Сонымен қатар, эквивалентсіз сөздерге тән белгі -олардың тұрақты сәйкестік арқылы басқа тілдерге аударылмауы, олардың басқа тілдің кейбір сөздерімен сәйкес келмеуі болып табылады. Бірақ бұл олардың толығымен аударылмайтындығын білдірмейді. Түпнұсқада қарастырылған заттар мен олармен байланысты суреттердің белгілерін дұрыс жеткізу мүмкіндігі аударылған жұмыста бейнеленген реалия сөздерді білуді білдіреді.

Реалия сөздерді аударудың бірнеше тәсілдері бар.

Аудару кезінде реалияларды екінші тілде берудің екі негізгі қиындықтары бар: аударма тілінде эквиваленттің болмауы, өйткені бұл тілдің ана тілінде нақты көрсетілген объектінің болмауы және реалиялардың тақырыптық мағынасымен қатар оның ұлттық және тарихи түсінігін жеткізу қажеттілігі Алайда, кейбір реалиялар аударма тілінде жеке сәйкестіктерге ие (“House of Commons” – “қауымдар палатасы”). Жеке сәйкестіктері бар осындай реалияларды аудару кезінде іс жүзінде ешқандай қиындықтар болмайды. Реалияларды аударудың ең көп таралған тәсілдері-транслитерация немесе транскрипция, сипаттамалық аударма, жуық аударма және трансформациялық аударма.

1. Транслитерация кезінде сөздің графикалық формасы аударматілі арқылы, ал транскрипция кезінде оның дыбыстық формасы беріледі. Қазіргі уақытта аударма кезінде транслитерация мен транскрипция жиі қолданылады, дегенмен шет тіліндегі лексикалық бірліктің дыбыстық немесе әріптік көрінісін беру оның мағынасын ашпайды және шет тілін білмейтін оқырманға тиісті түсіндірмелерсіз мұндай сөздер түсініксіз болып қалады [2, 240 б.].

2. Трансформация – шет тіліндегі реалияларды, оның құрамдас бөліктерін – морфемаларды немесе сөздерді тікелей лексикалық сәйкестіктерімен алмастыру арқылы беру (мысалы: brain drain-мидың ағуы). Бұл әдіс бірінші сияқты кемшілікке ие.

3. Сипаттамалық аударма. Бұл әдіс осы лексикалық бірлікпен белгіленген құбылыстың маңызды белгілерін ашатын егжей - тегжейлі тіркестерді қолдана отырып, лексикалық бірліктің мағынасын ашудан тұрады (мысалы: landslide-дауыстардың үлкен басымдығымен сайлаудағы жеңіс). Алайда, бұл әдіс өте қиын және күрделі болып саналады.

4. Мағыналық жағынан жақын аударма. Аударманың бұл әдісі аударма тілінде дәл сәйкестіктері жоқ (мысалы: know - how-өндіріс құпиялары) лексикалық бірлігі үшін аударма тілінде ең жақын сәйкестікті іздеуден тұрады. Аударманың осы әдісін қолдана отырып, кейбір жағдайларда ол аударылған заттың немесе құбылыстың сипаты туралы қате түсінік бере алатындығын есте ұстаған жөн.

5. Трансформациялық аударма. Кейбір жағдайларда аудармашы сөйлемнің синтаксистік құрылымын қайта құруға, бастапқы сөздің толық өзгеруімен лексикалық алмастыруларға, яғни лексикалық-грамматикалық аударма түрлендірулерге жүгінуге мәжбүр болады.

Мысал үшін: Біздің ұлтқа ғана емес, барлық түркі халықтарына бірдей ортақ дәстүрлер болған. Алайда қазіргі кезде ұмытыла бастаған соң сирек кездестіретін қыз бала мен ұл балалар шаш үлгілері айдар, тұлым, сөздерін реалия атауларына жатқыза аламыз. Өйткені білетіміміздей реалия сөздері бір ұлтқа тән өзге ұлттарда қолданылмайтын сөздер тобы. Осы орайда берілген сөздерді ағылшын тіліне аудару тәсілін қарап көрейік. Айдар, тұлым, сөздерінің ағылшын тілінде Транслитерация тәсілін қолданып Aidar, Tulym деп аударма жасағанымыз дұрыс. Алайда өзге ұлт өкілдеріне бұл сөздердің мағынасын түсіндіру мақсатында сипаттамалық аударма берген жөн.

Aidar, tulym, are hairstyles tradition that are common not only to the Kazakh nation, but also to all Turkic peoples деп жалпы түсіндірме беріп кейін арқайсына жеке сипаттамалық аударма тәсілімен аударма береміз.

Aidar – the pigtail on the back of the head was grown not only for boys, but also for girls that helps protect the child from the evil eye and evil spirits

If boys grew one braid, then girls were left with two strands on both sides of the head, and such braids were called **Tulym**. Here it is important to note that the female pigtail can not be called “aidar”, and the male pigtail is sometimes called “tulym”. And the plaited aidar is sometimes called “tulym”.

Қорыта келе, реалияларды аударудағы олардың қарама-қайшылығына байланысты аударма мәселесі әр түрлі зерттеулер жүргізуді талап ететін проблемалық тақырыптардың бірі болып табылады, өйткені аудармада реалияларды аудару әдістерінің толық және абсолютті тізімін беру мүмкін емес. Реалияларды екінші тілде беру, әдетте, аудармашыда көптеген қиындықтар туғызады, олардың бастысы – аударма тілінде сәйкестіктің болмауы және ұлттық түсініктер мен құндылықтарды беру қажеттілігі болып табылады. Мәтінде реалия сөздерді аударуда аудармашы оны түсіну үшін арнайы құралдарды пайдаланбаса, ал оқырман ақпаратты қабылдауда қиындық көрмесе бұл – аудармашының аудармасының сәтті шыққаны деп есептеуге болады.

ӘДЕБИЕТ

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод / Л.С Бархударов – М: Международные отношения, 1975.
2. Виноградов В.С. Лексические вопросы перевода художественной прозы/ В.С. Виноградов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1978. - 187с.
3. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. / Монография. – М.: Высшая школа, 1986.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОЛОРИТ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МАТЕМАТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Даденов Т.М., магистрант 2 курса «Переводческое дело, синхронный перевод»
Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана,
Алматы, Казахстан,
shokai77@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается роль национального колорита в языке через призму математического анализа, предложенного Дж. Ципфом. В исследовании приводится связь национального колорита с языком и на примерах объясняется необходимость правильного перевода национального колорита путем всестороннего анализа текста с помощью закономерностей частоты употребления слов в языке. На примере произведения Гиш Чжень «Кто Ирландка?» предлагается возможность применения закона Ципфа на практике, как в учебных целях, так и с целью проверки качества, осуществленного перевода путем использования современного программного обеспечения R-Studio.

Ключевые слова: язык, перевод, художественная литература, национальный колорит, переводчик, облако слов.

ҰЛТТЫҚ КОЛОРИТТІҢ МАТЕМАТИКАЛЫҚ ТАЛДАУ ПРИЗМАСЫ АРҚЫЛЫ ҚАРАСТЫРЫЛУЫ

Даденов Т.М., «Аударма ісі» мамандығының 2 курс магистранты
Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті,
Алматы, Қазақстан,
shokai77@mail.ru

Андатпа. Мақалада ұлттық колориттің тілдегі рөлі Дж. Ципф ұсынған математикалық талдау призмасы арқылы қарастырылады. Зерттеу барысында ұлттық колорит пен тіл арасындағы байланыс қамтамасыз етіліп, тілдегі сөздердің қолданылу жиілігінің заңдылықтарын қолдана отырып, мәтінге жан-жақты талдау жасау арқылы ұлттық колорит дұрыс аудару қажеттілігі түсіндіріледі. Гиш Чженнің «Мен ирландпын ба?» жұмысының мысалында білім беру мақсатында да, заманауи R-Studio бағдарламалық жасақтамасының көмегімен жүзеге асырылған аударманың сапасын тексеру мақсатында да Ципф заңын тәжірибеде қолдану мүмкіндігі ұсынылған.

Түйін сөздер: тіл, аударма, көркем әдебиет, ұлттық колорит, аудармашы, сөз бұлты.

NATIONAL COLOR THROUGH THE PRISM OF MATHEMATICAL ANALYSIS

Dadenov T.M., 2nd year master's student "Translation Studies, Simultaneous Translation"
Ablai Khan University of International Relations and World Languages,
Almaty city, Kazakhstan
shokai77@mail.ru

Abstract. The article examines the role of national color in the language through the prism of mathematical analysis proposed by G. Zipf. The study provides a connection between the national color and the language and explains the need for correct translation of the national color by means of a comprehensive analysis of the text using the patterns of the frequency of the use of words in the language. On the example of the work of Gish Jen "Who is Irish?" the possibility of applying Zipf's law in practice, both for educational purposes and for the purpose of checking the quality of the translation, carried out using the modern software R-Studio, is proposed.

Keywords: language, translation, fiction, national color, translator, wordcloud.

В настоящей статье мы постараемся проверить правильность гипотезы о том, что язык при прочих равных условиях является одним из самых важных средств, который во многом предопределяет характер проявления национального колорита в художественном произведении.

Мы исходим из предположения, что если человек, освоивший какой-либо язык в качестве не родного, напишет художественное произведение на этом не родном языке, то в соответствии с законом Ципфа, экспоненциальное распределение частоты употребления слов в этом языке будет нарушено. Благодаря тому факту, что этот человек по-прежнему будет думать на родном языке и это обязательно должно найти выражение в нарушении порядка частоты употребления слов, в виду несовпадения частоты употребления слов в родном и не родном языке, помимо наличия различий между этими языками на фонетическом, грамматическом и лексическом уровне. Например, самым часто употребляемым словом в английском языке является артикль «the», а в русском языке союз «и». **Мы предполагаем, что тексты, при прочих равных условиях, написанные людьми для которых английский язык не родной, будут содержать меньшее, как правило, количество определенных и неопределенных артиклей «the» и «а» в тексте, что является отличительным признаком на грамматическом уровне проявления национального колорита в тексте на английском языке.**

Однако, следует понимать, что закон Ципфа не предполагает, что частота употребления слов является неизменной для любого текста. В зависимости от словарного запаса автора, жанра и стиля произведения, лингвокультурной составляющей, имплицитного содержания или подтекста и многих других факторов частота употребления тех или иных слов будет строго индивидуальна и может быть в разной степени близка к общей закономерности, выявленной Дж. Ципфом. В связи с этим сейчас очень модно производить анализ текста на его естественность и в зависимости от степени отличия от идеала, за который принимается закономерность, выявленная Дж. Ципфом предлагается та или иная оптимизация текста, которая призвана повысить его качество путем приближения частоты употребления слов к закономерности Дж. Ципфа. Также следует признать, что указанный закон, как и математический анализ в настоящее время еще не могут с определенной степенью вероятности определить принадлежность текста тому или иному автору. Более того, закон Ципфа был раскритикован американским специалистом по биоинформатике Вэньтянь Ли который доказал, что случайная последовательность символов также подчиняется этому закону. В связи с этим Вэньтянь Ли сделал вывод, что закон Ципфа, по-видимому, является чисто статистическим феноменом, который не имеет отношения к семантике текста и имеет поверхностное отношение к лингвистике. **Тем не менее, мы считаем, что, как и любой другой закон, или закономерность, или математический аппарат это всего лишь инструмент, который в умелых руках может помочь правильно интерпретировать явления, существующие в мире и дать им научное объяснение.**

В качестве примера мы возьмем произведение Гиш Чжень «Кто Ирландка?» [1]. Указанное произведение написано на английском языке, носителем языка, чьи родители иммигрировали в США из Китая. Особенность этого рассказа заключается в том, что он содержит лингвокультурные особенности, передающие когнитивные концепты и фреймы главного героя произведения – китайки для которой английский язык и культура были усвоены и сформировались на уровне второй языковой личности, но по-прежнему остались чужими. Талантливый автор произведения смогла передать в коротком рассказе самые существенные отличия между двумя картинками мира английской и китайской, не прибегая к лакунам, реалиям и другой безэквивалентной лексике. Именно полное отсутствие безэквивалентной лексики в тексте произведения предопределило наш выбор этого произведения, так как в теории перевода достаточно много внимания уделяется переводу безэквивалентной лексики, но очень мало тому, как нужно переводить подобные произведения, где национальный колорит проявляется с первого предложения и заканчивается с последним прочитанным словом. Для устранения этого перекоса мы постараемся заострить внимание на этой проблеме, дабы вызвать к ней заслуженное внимание со стороны научного сообщества с целью совершенствования теории и практики перевода. Также выбор это произведения был предопределен, тем фактом, что оно идеально подходит для учебных целей, так как начинающие и даже опытные переводчики могут на его примере легко найти проявления национального колорита и отличить его от

когнитивных особенностей нашедших выражение в когнитивной грамматике и семантике произведения.

В начале нашего исследования мы сравнили частоту употребления слов, приведенную на сайте www.wordcount.org (в качестве альтернативы нами были также сравнены, полученные данные со значениями указанными на сайте https://en.wiktionary.org/wiki/Wiktionary:Frequency_lists/PG/2006/04/1-10000, которые не сильно отличились друг от друга) с частотой употребления в рассматриваемом произведении. В связи с чем взяли 100 самых часто употребляемых слов из указанного сайта и сравнили их с частотой употребления в тексте произведения. Мы также при анализе полученных результатов исходили из постулата, что указанные 100 самых употребляемых в английском языке слов составляют около 50% любого текста, а значит, являются значимыми для проведенного анализа (см. Таблицу № 1).

Частота употребления слова в английском языке согласно порядковому номеру	Значение слова	Частота употребления слова в тексте произведения Гиш Чжень «Кто Ирландка?»	Частота употребления слова в английском языке согласно порядковому номеру	Значение слова	Частота употребления слова в тексте произведения Гиш Чжень «Кто Ирландка?»
	the	114	51.	when	28
	be	18	52.	make	5
	to	104	53.	can	19
	of	55	54.	like	44
	and	68	55.	time	10
	a	98	56.	no	25
	in	44	57.	just	16
	that	37	58.	him	3
	have	28	59.	know	16
	I	170	60.	take	22
	it	30	61.	people	11
	for	14	62.	into	2
	not	63	63.	year	0
	on	13	64.	your	12
	with	27	65.	good	9
	he	33	66.	some	13
	as	9	67.	could	7
	you	73	68.	them	13
	do	16	69.	see	12
	at	18	70.	other	3
	this	27	71.	than	3
	but	45	72.	then	5
	his	13	73.	now	20
	by	9	74.	look	11
	from	9	75.	only	5
	they	36	76.	come	29
	we	19	77.	its	0

Мәдениетаралық коммуникация және тілдер мен мәдениеттерді функционалды-прагматикалық зерттеу

	say	133	78.	over	8
	her	64	79.	think	10
	she	113	80.	also	4
	or	10	81.	back	4
	an	7	82.	after	6
	will	14	83.	use	7
	my	58	84.	two	3
	one	23	85.	how	14
	all	28	86.	our	4
	would	6	87.	work	5
	there	12	88.	first	0
	their	7	89.	well	0
	what	24	90.	way	4
	so	32	91.	even	12
	up	10	92.	new	6
	out	15	93.	want	4
	if	25	94.	because	5
	about	13	95.	any	3
	who	8	96.	these	7
	get	6	97.	give	4
	which	0	98.	day	14
	go	19	99.	most	1
	me	25	100.	us	3

Таблица №1

Всего в произведении задействовано 4302 повторяющихся в разной степени слова, из которых 100 самых часто употребляемых в английском языке составляют 53,8% или 2313 раз, что в целом соответствует одной из закономерностей закона Ципфа. При этом десятью самыми часто употребляемыми словами в порядке убывания являются:

1) «**I (10)**» (170 раз употребляется в произведении, хотя согласно порядковому номеру по частоте употребления слова в английском языке оно должно быть лишь десятым по частоте употребления);

2) «**say (28)**» (133 раза употребляется в произведении, хотя согласно порядковому номеру по частоте употребления слова в английском языке оно должно быть лишь двадцать восьмым по частоте употребления);

3) «**the (1)**» (114 раз употребляется в произведении, хотя согласно порядковому номеру по частоте употребления слова в английском языке оно должно быть первым по частоте употребления);

4) «**she (30)**» (113 раз употребляется в произведении, хотя согласно порядковому номеру по частоте употребления слова в английском языке оно должно быть лишь тридцатым по частоте употребления);

5) «**to (3)**» (104 раза употребляется в произведении, хотя согласно порядковому номеру по частоте употребления слова в английском языке оно должно быть третьим по частоте употребления);

6) «**a (6)**» (98 раза употребляется в произведении, хотя согласно порядковому номеру по частоте употребления слова в английском языке оно должно быть шестым по частоте употребления);

7) «**you (18)**» (73 раза употребляется в произведении, хотя согласно порядковому номеру по частоте употребления слова в английском языке оно должно быть лишь восемнадцатым по частоте употребления);

8) «**and (5)**» (68 раза употребляется в произведении, хотя согласно порядковому номеру по частоте употребления слова в английском языке оно должно быть пятым по частоте употребления);

9) «**her (29)**» (64 раза употребляется в произведении, хотя согласно порядковому номеру по частоте употребления слова в английском языке оно должно быть лишь двадцать девятым по частоте употребления);

10) «**not (13)**» (63 раза употребляется в произведении, хотя согласно порядковому номеру по частоте употребления слова в английском языке оно должно быть лишь тринадцатым по частоте употребления).

Необходимо напомнить, что мы руководствуемся утверждением, что тексты, написанные людьми для которых английский язык не родной, будут содержать меньшее, количество определенных и неопределенных артиклей «**a**» и «**the**», при прочих равных условиях.

Действительно, определенный артикль «**the (1)**» употребляется в рассказе в три раза меньше чем слово «**I (10)**», что составляет в процентном отношении 2,6% вместо 3,8%, однако частота неопределенного артикля «**a (6)**» соответствует частоте употребления в английском языке. Следовательно, так как произведение написано писателем, для которого английский язык родной употребление артикля «**a (6)**» соответствует частоте употребления в английском языке. Тогда как частота употребления артикля «**the (1)**» отличается, так как героиня произведения является иммигранткой в США из Китая, для которой английский не родной, что по замыслу автора должно было проявиться подобным образом в канве произведения.

Употребление автором рассматриваемого произведения таких слов как «**I (10)**», «**say (28)**», «**she (30)**» и «**you (18)**» чаще, чем это диктуется законом Ципфа, вызвано с одной стороны, самим повествованием рассказа, который идет в основном в виде пересказа от первого лица с передачей состоявшихся диалогов в форме прямой речи. С другой стороны, из синтаксической структуры предложений прослеживается, что это вызвано очень частными вводными оборотами не совсем свойственными грамматике построения прямой речи в английском языке, например: «**I tell daughter...**», «**I say...**», «**she say...**», которые, однако часто употребляются в китайском языке для введения темы при обращении к собеседнику в форме: «**послушай**» и «**кстати**».

Следовательно, когда автор рассказа передала средствами английского языка манеру общения и речи употребляемую в китайской устной речи, то это нашло легкое отражение в изменении грамматической структуры английского предложения, что в последующем привело к изменению частоты употребления таких слов как «**I (10)**», «**say (28)**», «**she (30)**» и «**you (18)**» в сторону увеличения. Отсюда произведя такой не сложный анализ, мы смогли найти проявления китайского колорита в английском языке, который переводчик мог интуитивно заметить, но не придать этому значения.

Помимо национального колорита с помощью такого анализа мы смогли вскрыть когнитивные аспекты. Необычно частое употребление таких слов как: «**I (10)**», «**she (30)**», «**you (18)**», «**her (29)**» и «**my (34)**» наряду со словами: «**not (13)**» и «**but (22)**», выражают эгоцентричный характер повествования и наличие в нем противопоставления главной героини – окружающему её враждебному миру.

С другой стороны, проделанный нами анализ также помогает переводчику осознать необходимость сохранения предложенной автором структуры предложения средствами языка перевода путем передачи частоты употребления указанных слов в переводе с целью сохранения не только национального колорита, но и когнитивной грамматической составляющей, которую читатель может только ощутить при профессиональной передаче всех аспектов оригинала.

Кроме того, при анализе мы увидели, что слово «**which (48)**» которое по частоте употребляемости в английском языке занимает сорок восьмое место ни разу не употребляется в упомянутом рассказе, но его аналог «**that (8)**» более характерный для разговорной речи употребляется 38 раз, что в свою очередь, говорит о необходимости сохранения диалоговой направленности пересказа от первого лица, что также подтверждается употреблением тридцать

два раза в тексте рассказа наречия и союза «so (41)», что еще раз подчеркивает неформальную и разговорную парадигму изложения рассказа. Отсутствие употребления автором местоимения «its (77)» также как и слов: «year (63)», «first (88)» и «well (89)» в рассказе также вовсе не предопределяет отказ переводчика от употребления их в тексте перевода, так как выбор всегда остается за переводчиком, а произведенный нами анализ лишь призван помочь переводчику с выбором наиболее подходящих средств языка перевода.

С помощью современного программного обеспечения, такого как программа R, уже нет, необходимости производить подсчеты за калькулятором. Визуализация в облаке слов самых часто встречаемых слов в тексте, как это изображено рисунке 1, позволяет делать анализ текста в считанные минуты.

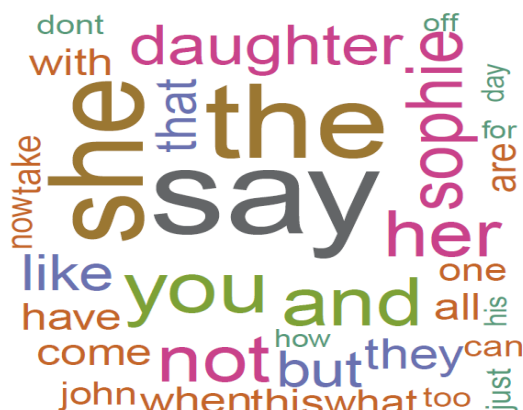


Рисунок 1. Облако слов часто употребляемых в тексте.

Построение наглядных материалов, таких как график, на рисунке 2 вряд ли отнимет времени больше чем 15 минут. Все это вместе взятое позволяет переводчику анализировать текст в считанные минуты, находя отличительные особенности и выявляя проявление национального колорита в тексте оригинала без особых усилий, если конечно переводчик владеет азами таких современных программ как R и STATA (программное обеспечение для статистического анализа) или Python. Вот почему так **важно обучать переводчиков не только теории и практике перевода, но и прививать практические знания по применению современных программ статистического анализа и массивных данных**, без которых переводческий анализ превращается в архаическое и зачастую бессмысленное занятие, отнимающее столь ценное сегодня – время.



Рисунок 2. График частоты употребления слов в произведении Г. Чжень «Кто Ирландка?».

Мы проанализировали в основном ту часть текста, которая содержит 100 самых употребляемых слов в английском языке, которая составила 53,8% от всего рассказа или 2313 слов, однако нами не была исследована другая часть текста составляющая 46,2% или 1989 слов. Для анализа этой части текста мы можем также выявить слова, употребление которых было либо слишком часто, либо очень редко в сравнении с нормальной частотой их употребления в английском языке согласно закону Ципфа. Однако этот анализ мы опустим, дабы не перегружать наше исследование, так как логика анализа такая же, как и первой части рассматриваемого рассказа и сосредоточимся на таком явлении как ГАППАКС ЛЕГОМЕНОН. Это когда слово употребляется в тексте только один раз и поэтому очень сложно осуществить его перевод, если переводчик переводит текст с мертвого древнего языка, и нет других источников, кроме этого письменного источника. В нашем случае это будут все слова, которые в тексте рассказа употребляются только один раз. В виду того факта, что таких слов в рассматриваемом рассказе чрезвычайно много, остановимся лишь на некоторых из них. Для лучшего понимания можно сгруппировать их по категориям, например, «**opium**», «**herbal**» и «**Confucius**» в одну категорию, «**pizza**», «**busboys**», «**secretary**», «**disability**», «**mortgage**», «**Thanksgiving**» и «**fancy**» в другую. В первой категорию вошли слова, которые по той или иной причине ассоциируются с Востоком и наиболее вероятно с Китаем. Слова, составляющие вторую категорию, кроме того, что они представляют название еды, профессий и лиц, ограниченных в физических возможностях, вид кредита – ипотека, обычай или особый праздник и состояние души все они ассоциируются с западным образом жизни и наиболее вероятно с Соединенными штатами. Отсюда, даже не читая произведение, мы можем сделать вывод, что речь в рассказе идет о двух разных культурах и их взаимодействии, если принять во внимание довольно частое употребление союза «**and (5)**» – 68 раз в тексте рассказа. Вывод о возможном противопоставлении автором этих культур будет логичным, если обратить внимание на необычно частое употребление слов: «**not (13)**» - 63 раза, «**no(56)**» - 25 раз и «**but (22)**» - 45 раз в тексте произведения. Естественно, что все эти особенности могут быть выявлены переводчиком в процессе переводческого анализа текста, но как показывает практика, переводческий анализ не позволяет выявить наличие национального колорита в художественном произведении. И как следствие переводчик лишь на уровне профессионального чутья или по наитию способен уловить эти лингвокультурные особенности национального колорита или же просто проигнорировать их, что, безусловно, сказывается на качестве перевода. С другой стороны, продемонстрированный математический анализ не сложен и позволяет детализировать художественное произведение на уровне слова проанализировать как грамматические, так и лексические связи между словами и словосочетаниями. Указанный анализ также можно применять как в учебных целях, так и для проверки в целом качества перевода.

В заключение, хотелось бы отметить, что понимание художественного произведения во многом зависит не только от языковой компетенции переводчика, но и от понимания культурных различий и особенностей двух этносов, в рамках которых осуществляется двуязычная коммуникация – перевод с одного языка на другой. Национальный колорит в художественном произведении – это выражение культурных или национальных особенностей в нем, в связи с этим переводчик должен находить эти особенности и правильно их интерпретировать с максимальным и полным сохранением этих культурных особенностей в тексте перевода. Использование математического анализа с помощью современного программного обеспечения с умелой интерпретацией, призвано не только повысить качество переводов, но и ускорить процесс переводческого анализа в частности и перевода в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. JEN G. Who's Irish? publisher: Alfred A. Knopf, 1999, Gish Jen All rights reserved. ISBN: 0-375-40621-2.

ПРАГМАТИКАЛЫҚ ҚАТЫНАСТЫҢ АУДАРМАҒЫ КӨРІНІСІ

Қайбұлла Р.Б.

Абылай хан атындағы

Қазақ Халықаралық Қатынастар және Әлем Тілдері Университеті

kaibullaroza@gmail.com

Аңдатпа. Мақалада аударма барысында түпнұсқа және аударма мәтіні арасында прагматикалық қатынастың көрініс табуы сипатталып көрсетіледі. Сондай-ақ, бір тілден екінші тілге аудару кезінде қиындық тудыруы мүмкін прагматикалық аспектілер мен оларды шешу жолдары көрсетілген. Кез келген аударма мәтінін прагматикалық тұрғыдан талдағанда оған қатысушылардың және коммуниканттардың мақсат-ниеттері мен мақсаты басшылыққа алынуы тиіс. Басқаша сөзбен айтқанда, мәтінді түсіну автордың ойын түсіну болып табылады. Ал өз кезегінде адресант сол дүниені керекті және әсерлі нұсқада жасау үшін түрлі тілдік амалдар мен тілдік таңбаларды қолданады. Аударманың прагматикалық аспектілері аударылған мәтіннің сипатына байланысты үлкен немесе аз мәнге ие болуы мүмкіндігі мен аудармашы тарапынан жүзеге асырылатын өзгерістер мен аударма стратегиялары жайлы сөз қозғалады.

Түйін сөздер: Прагматика, прагматикалық қатынас, прагматикалық мәселе, аударма, аудармашы, түпнұсқа мәтін

ПЕРЕВОДЧЕСКОЕ ВЫРАЖЕНИЕ ПРАГМАТИЧЕСКОГО ОТНОШЕНИЯ

Қайбұлла Р.Б.

Казахский Университет Международных Отношений и Мировых Языков имени Абылай Хана

Аннотация. В статье описывается проявление прагматического отношения между оригиналом и текстом перевода в процессе перевода. Также показаны прагматические аспекты и пути их решения, которые могут вызвать трудности при переводе с одного языка на другой. При прагматическом анализе текста любого перевода должны руководствоваться целями и целями его участников и коммуникантов. Другими словами, понимание текста-это понимание мысли автора. В свою очередь, адресант использует различные языковые приемы и языковые символы для создания этого мира в нужном и впечатляющем варианте. Прагматические аспекты перевода могут иметь большее или меньшее значение в зависимости от характера переводимого текста и описываются изменения и стратегии перевода, осуществляемых переводчиком.

Ключевые слова: Прагматика, прагматические отношения, прагматическая проблема, перевод, переводчик, оригинал текста

TRANSLATION EXPRESSION OF A PRAGMATIC ATTITUDE

Kaibulla R.B.

Kazakh Ablaihan University of International Relations and World languages

Abstract. The article describes the manifestation of the pragmatic relationship between the original and the translation text in the translation process. It also shows the pragmatic aspects and ways to solve them, which can cause difficulties when translating from one language to another. The pragmatic analysis of the text of any translation should be guided by the goals and objectives of its participants and communicants. In other words, understanding a text is understanding the author's thought. In turn, the addressee uses various language techniques and language symbols to create this world in the desired and impressive version. The pragmatic aspects of translation may be more or less important depending on the nature of the text being translated, and the changes and translation strategies implemented by the translator are described.

Key words: Pragmatics, pragmatic relations, pragmatic problem, translation, translator, original text

Аударманың кез келген түрінде ең алдымен түпнұсқа мәтіннің мазмұнын (ойды) аударма мәтініне дәл беру талап етіледі. Аударма барысында айтушы мен тыңдаушы немесе автор мен оқырман арасындағы мәтіннің қабылдану ерекшеліктерін ескерген жөн. Алайда аударма процесінде түпнұсқадағы мағынаның айқын білдірілгендігін немесе тұспалды екендігін ажырату кейде қиындық тудыруы мүмкін. Аударма теоретигі В.Н. Комиссаров мұндай жағдайдың төмендегідей бірнеше түрін атап көрсетеді:

1) Түпнұсқадағы және аудармадағы эксплицитті және имплицитті мағынаның арақатынасы бірдей болады. Мұндай жағдайда түпнұсқаның тілдік мазмұны өзгеріссіз, имплицитті түрде беріледі.

2) Түпнұсқадағы және аудармадағы эксплицитті және имплицитті мағынаның арақатынасы бірдей болады. Мұндай жағдайда имплицитті мағына түпнұсқа мазмұнын жетілдіру (модификациялау) арқылы беріледі.

3) Түпнұсқадағы және аудармадағы эксплицитті және имплицитті мағынаның арақатынасы имплицитті элементті (импликационал) экспликациялау арқылы өзгереді[1, 263].

Имплицитті (астарлы) мағына тілде негізінен сөйлеушінің біліміне негізделген прагматикалық мақсатын білдіруден туындайды. Ал прагматикалық мақсат сөйлеушінің коммуникативтік мақсатын білдіруінің ерекше тәсілі болып табылып, сөйлеушінің (жазушының) тыңдаушыға (оқырманға, көрерменге) эмоциялық-экспрессивтік әсер етуін күшейтуді көздейді[4, 213].

Әрбір мәтінде автордың өзіндік коммуникативті мақсаты түрліше болатындықтан, мәтіндегі ақпаратты қабылдай отырып, оқушы (аудармашы) мәтінмен, яғни тілдік бірліктермен белгілі бір «қатынасқа түседі». Бұл прагматикалық қатынас деп аталады. Бұл қатынас негізінен интеллектуалды сипатқа ие болады. Алынған ақпарат оқушының (аудармашының) сезіміне әсер етіп, белгілі бір эмоционалды реакция тудырып, қандай да бір іс-әрекетке итермелеуі мүмкін. Мәтіннің осындай коммуникативті әсер етуі, оқушының (аудармашының) хабарға прагматикалық қатынасын тудыруы, басқаша айтқанда, ақпарат алушыға прагматикалық әсер етуі мәтіннің прагматикалық аспектісі немесе прагматикалық әлеует (прагматика) аталады.

Ақпарат алушыға прагматикалық әсер ету кез келген тілралық коммуникацияның маңызды қызметі болып табылады. Аудармашының берілетін хабарға қажетті прагматикалық қатынасын білдіруі негізінен оның аударма мәтінді құру кезінде тілдік құралдарды таңдауына байланысты болады. Мысал ретінде екі адам арасындағы диалогты қарастырайық:

- Бүгін кешке фильм көруге барайық.
- Мен емтиханға дайындалуым қажет.

Бірінші мысалда көрсетілген сқйлемнің негізгі мақсаты ұсыныс ретінде көрсетіліп тұр. Ал екінші сөйлемде коммуникативті актінің тікелей түрде жүйезе аспағанына куә болып отырмыз. Бұл сөйлем мақсаты – ұсынысқа келіспеу. Бірақ, сөйлеуші оны тікелей түрде жеткізбеді.

Аудармашы аударма процесінің алғашқы кезеңінде түпнұсқаны жеткізуші (түсіндіруші) рөлін атқара отырып, ондағы ақпаратты мүмкіндігінше толық «сығып» алуға ұмтылады. Ол үшін аудармашының бастапқы тіл «тұтынушыларына» тиесілі фондық білімі жеткілікті болуға тиіс. Аударманың сәтті шығуы аудармашының бастапқы тілде сөйлейтін халықтың тарихымен, мәдениетімен, әдебиетімен, салт-дәстүрімен, қазіргі өмірімен және басқа да реалийлерімен жан-жақты таныс екендігін дәйектейді.

Аудармашы кез келген оқырман (тыңдарман) тәрізді берілетін хабарға өзінің жеке қатынасын да үстемелеуі мүмкін. Алайда тілралық коммуникацияның тілдік «делдалы» ретінде аудармашы түпнұсқа мәтіннің аудармасын дәл беру үшін өзінің жеке қатынасын әсіре бейнелеуге ұмтылмауға тиіс.

Аударма процесінің екінші кезеңінде аудармашы оқырманның (тыңдарманның) бастапқы хабарды түсінуін қамтамасыз етуге тырысады. Аудармашы олардың басқа тілдік ұжымға жататындығын, білімінің және өмірлік тәжірибесінің, тарихының, мәдениетінің өзге екендігін ескереді. Сондықтан бастапқы мәтінді толыққанды түсінуге кедергі келтіретін жағдайларда аудармашы аударма мәтініне қажетті өзгерістер енгізе отырып, бұл кедергілерді жояды және түпнұсқа мәтіндегі ұлттық колоритті сақтай отырып, аударылатын тілді тұтынушы халықтың танымымен байланыстырады[3, 44].

Ал аударманы пайдаланушының тиісті фондық білімінің жоқтығы астыртын мағынаны экспликациялау, аударма мәтінге тиісті толықтырулар мен түсініктемелер енгізу қажеттігін тудырады. Бұл, мысалы, түпнұсқада жалқы есімдер, географиялық атаулар және әртүрлі мәдени-тұрмыстық реалийлер атаулары пайдаланылғанда жиі кездесетін құбылыс. Мәселен,

қазақ тіліне Ресейдегі Башкирия, Чечня, американдық Massachusetts, Oklahoma, Virginia, канадалық Alberta, Manitoba немесе ағылшындық Middlesex, Surrey атауларын аударғанда оқырманға түсінікті болу үшін республика, штат, провинция, графтық деген сөздер қосылып, Башқұт Республикасы, Шешен Республикасы, Массачусетс штаты, Альберта провинциясы, Миддлсекс графтығы түрінде беріледі. Мұндай түсіндіруші элементтерді мекемелердің, фирмалардың, баспалардың және т.б. атауларын беруде де қосуға тура келуі мүмкін. Сондай-ақ кейбір жағдайларда қажетті қосымша ақпарат аударма мәтінде арнайы ескертпе арқылы беріледі.

Аударманың прагматикалық мақсаты оқырманға (тыңдарманға) автордың (тіпті аудармашының өзінің де) коммуникативтік әсер етуі түпнұсқаның басым (доминантты) қызметімен анықталады. Көркем әдебиет шығармалары үшін оқырманға, тыңдармаға әсер ету мәтіннің әдеби құндылығына байланысты болады. Ал ісқағаздарының, ғылыми-техникалық материалдардың басым қызметі қоршаған орта объектілерін бойынша сипаттама, түсініктеме немесе оларды пайдалану туралы нұсқау беру болғандықтан, оқырманға (тыңдарманға) прагматикалық әсер ету қызметі ғылыми немесе техникалық сипаттағы қажетті ақпаратты ұсыну болып саналады. Егер хабарды алушы оның негізінде сипатталған экспериментті жүзеге асыруға, операцияларды аспаппен немесе станокпен жасауға қабілетті болса, онда мәтіннің коммуникативтік әсеріне қол жеткізілгендігі. Мұнда түпнұсқа мен аударманың әсер етуінің тепе-теңдігі абсолютті болуы міндетті емес. Аудармада ғылыми-техникалық ақпарат осы ақпаратты мамандардың дұрыс пайдалануын қамтамасыз ететін дәл әрі қолжетімді түрде берілген жағдайлар болады, сөйтіп аударма аудармада прагматикалық міндет түпнұсқаға қарағанда жақсы болуы мүмкін[2, 167-169].

Аудармашының түпнұсқаның мазмұнына байланыссыз, бірақ оны аудару барысында қол жеткізілетін прагматикалық мақсатты жүзеге асыру мүмкіндігі аудармашының тіларалық коммуникациядағы рөліне байланысты. Бір жағынан, ол тілдік «делдал» қызметін атқарады, екінші жағынан, аударма тілде мәтін жасаушы ақпаратты беруші болып табылады. Кез келген қызметтің нәтижесі көбінесе оның мақсатымен анықталатын болса, аудармашылық актінің мақсаты тіларалық коммуникацияның жалпы мақсатына сәйкес келмейді және аударма тілде түпнұсқаға коммуникативтік жағынан тең мәтін жасауды көздемейді.

Қорытындылай келе, негізінен көркем аудармада (ғылыми-техникалық материалдар мен іс жүргізуге қатысты құжаттар аудармасында прагматикалық «өңдеу» сирек кездеседі) түпнұсқа авторының прагматикалық қатынасын толыққанды зерттеу прагмалингвистика, сондай-ақ этнолингвистика, когнитивті лингвистика салаларының тығыз бірліктегі қарастыратын мәселесі дегіміз келеді. Жалпы прагматикалық қатынас әр ұлттың өзіндік ерекшелігіне байланысты болатындықтан, мұндай қатынасты аударма мәтінде беру әрбір халықтың танымын жетік білуге, мәдениетаралық қатынасты қалыптастыруға байланысты болады.

ӘДЕБИЕТ

1. Колшанский Г.В. Прагматика языка // Сб. Науч. Тр. МГПИИЯ. –М., 1980. –Вып. 151. –С. 3-8
2. Сусов И.П. Коммуникативно-прагматическая лингвистика и ее единицы. // Прагматика и семантика синтаксических единиц. –Калинин, 1984. –С. 3-12.
3. С.С.Искакова. Қазақ терминтаңымының когнитивтік-прагматикалық аспектісі: филол. Ғыл. Док. –Алматы, 2008. -354б
4. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высшая школа, 1990.
5. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. М.: ЭТС, 1999.
6. Нойберт А. Прагматические аспекты перевода // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике: Сб. статей. М.: Международные отношения, 1978.

CONCERNING THE LINGUISTIC AND STYLISTIC PECULIARITIES OF TRANSLATING
POLITICAL DISCOURSE BASED ON SPEECHES OF AMERICAN AND BRITISH
POLITICIANS

N. R. Samigullina

A. K. Aubakirova

Ablai Khan University of International Relations and World Languages

Almaty

nursamigullina@gmail.com

aubakirova-aiman@mail.ru

Abstract. With this article, we present the initial stage of a thesis devoted to analyzing speeches of American and British political leaders in terms of linguo-stylistical features of translation into Russian. At this stage, we will examine the theoretical framework of discourse in general and political discourse in particular, as well as possible difficulties and peculiarities associated with the translation of this type of texts. As a practical part of this article, I used research findings from a test translation of a passage (1,800 characters) from Joe Biden's election speech among first-year Masters degree students in Translation Studies. The results of this test revealed the difficulties students face when translating political discourse. This study shows how effectively students have mastered the Bachelor's program from semester 1 to 6 in the disciplines "Fundamentals of Sociology and Political Science", "Theory of State: Great Britain, USA", "Socio-political Vocabulary" and "Translation in the field of diplomacy and international relations". This topic has been most widely studied by such linguists as T. Van Dijk; T. B. Ryabova, A. N. Baranov, V. I. Karasik, E. G. Kazakevich and others, on the work of whom this article is based.

Key words: discourse, political discourse, linguo-stylistic features, political speech, translation transformations.

САЯСИ ДИСКУРСЫ АУДАРУДЫҢ ЛИНГВИСТИКАЛЫҚ ЖӘНЕ СТИЛИСТИКАЛЫҚ
ЕРЕКШЕЛІКТЕРІН АМЕРИКАНДЫҚ ЖӘНЕ БРИТАНДЫҚ САЯСАТКЕРЛЕРІНІҢ
МӘЛІМДЕМЕЛЕРІ МЫСАЛЫНДА ҚАРАСТЫРУ

Н.Р.Самигуллина

А.К. Аубакирова

Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ,

Алматы, Қазақстан

E-mail: nursamigullina@gmail.com

aubakirova-aiman@mail.ru

Аңдатпа. Бұл мақала американдық және британдық саяси қайраткерлердің шаршы сөздерін талдауға және оларды орыс тіліне аударуға арналған диссертациялық зерттеудің бастапқы кезеңі болып табылады. Бұл кезеңде жалпы дискурсты зерттеудің теориялық негіздері, саяси дискурс, сондай-ақ осы жанрдағы мәтіндерді аударудың қиындықтары мен ерекшеліктері қарастырылады. Мақаланың практикалық бөлігі ретінде мен, Аударма ісі бойынша бірінші курс магистранттарының арасында өткізілген Джо Байденнің инаугурациялық сөзі үзіндісінің аударма тестінің нәтижелерін алдым. Осы тест нәтижелері студенттің саяси дискурсты аудару кезінде қандай қиындықтармен жүздесетіндері анықталды. Бұл зерттеу студенттердің бакалавриат бағдарламасын 1 семестрден 6 семестрге дейін «Әлеуметтану және саясаттану негіздері», «Мемлекет теориясы: Ұлыбритания, АҚШ», «Әлеуметтік-саяси лексика» және «Дипломатия және халықаралық ынтымақтастық саласындағы аударма» пәндері бойынша қаншалықты тиімді меңгергендігін көрсетеді. Бұл тақырып ең кең Т. Ван Дейк; Т.Б.Рябова, А.Н. Баранов, В.И. Карасик Е.Г. Казакевич және т.б секілді лингвисттер зерттеген, және бұл мақала осы лингвисттердің жұмыстарына негізделген.

Тірек сөздер: дискурс, саяси дискурс, лингвистикалық және стилистикалық ерекшеліктер, саяси шаршы сөз, аударма трансформациялары.

К ВОПРОСУ О ЛИНГВО-СТИЛИСТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ ПЕРЕВОДА
ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА НА ПРИМЕРЕ РЕЧЕЙ АМЕРИКАНСКИХ И БРИТАНСКИХ
ПОЛИТИКОВ

Н.Р.Самигуллина

А.К. Аубакирова

КазУМОиМЯ им. Абылай хана, Алматы, Казахстан

nursamigullina@gmail.com

aubakirova-aiman@mail.ru

Аннотация. Настоящая статья представляет собой начальный этап диссертационного исследования, посвященного анализу речей американских и британских политических лидеров и их переводу на русский язык. На данном этапе будут рассмотрены теоретические основы изучения дискурса в целом, политического дискурса, а также возможные трудности и особенности перевода данного вида текстов. В качестве практической части статьи я взяла данные из проведенного мною тестового перевода отрывка (1800 знаков) из предвыборной речи Джо Байдена среди студентов-магистрантов первого курса специальности «Переводческое дело». Результаты данного теста выявили с какими трудностями сталкивается студент при переводе политического дискурса. Данное исследование показывает, насколько эффективно студенты освоили программу Бакалавриата с 1 по 6 семестр по дисциплинам «Основы социологии и политологии», «Теория государства: Великобритания, США», «Общественно-политическая лексика» и «Перевод в сфере дипломатии и международного взаимодействия». Наиболее широко изучена данная тема такими лингвистами как Т. Ван Дейк; Т.Б.Рябова, А.Н. Баранов, В.И. Карасик Е.Г. Казакевич и др. на работы которых опирается данная статья.

Ключевые слова: дискурс, политический дискурс, лингвостилистические особенности, политическая речь, переводческие трансформации.

Important political events and activities are constantly taking place in the modern world. These include the recent presidential elections in the United states, which drew special attention not only American public, but also worldwide. The pre-election campaigns of the parties and other movements, along with the active personal position of the candidates, were clearly reflected in their speeches they give at meetings and briefings, TV debates and discussions. Those speeches have become the subject of study not only for political scientists, but also for linguists, specialists in political linguistics, as well as for experts in translation studies who examine the problems of socio-political translation.

This determines the relevance of this topic, since the political aspect of translation and translation studies is extremely essential in modern life, as the statements of politicians determine not only a country's position in the international arena, but also lead to certain relations with other states.

At the initial stage are also revealed the core concepts, comprehension of which will help to achieve the goals set in the study. The concept of political discourse is one of them. First of all, in order to understand the phenomenon of "political discourse," we need to figure out what discourse is in general.

Discourse studies is currently an actual trend, and political discourse occupies a special place in the study of this phenomenon. Public speeches of politicians have always known to be a sort of benchmark of rhetoric. Indeed, public speeches are capable to captivate mass attention, as well as have an impact on the addressees shaping or adjusting the political picture of their world and encouraging them to engage in certain political activities. Therefore, the political sector plays an important role in public life. That is why linguists-translators always been attracted to the sphere, as an integral aspect of their work.

T. Van Dijk sticks to the following definition of the discourse: "discourse is a communicative event that occurs between the speaker, the listener in the process of communicative action in a certain time, space and other context. This communicative action can be verbal, written, and have verbal and non-verbal components [2]. Doctor of Sociology T. B. Ryabova comes up with two main definitions of discourse. According to Ryabova, in a broad meaning, a discourse is a language that is used in the framework of a certain field. In the narrow context, discourse is defined as a coherent text containing a

relatively limited set of statements based on certain assumptions and characterized by internal logic [3].

We distinguish several types of discourse (diplomatic, administrative, legal, military, pedagogical, religious, mystical, medical, business, advertising, sports, scientific, media and mass information). Each of them is a peculiar way to interpret the societal and carries its key concepts.

In the context of this article, we will focus on the concept of “political discourse”. Political discourse is the subject of the study of political linguistics, founded in the mid-twentieth century by J. Orwell and W. Klemperer. It is now a separate branch successfully evolving by both foreign and Russian researchers. However, no common and conventional definition of political discourse exists due to controversial views of scholars as well as attributing to it as a “complex communicative phenomenon”. We will therefore examine a notion of political discourse comprising two approaches - broad and narrow. In the narrow sense, political discourse is a discourse of politicians. In the broad sense, it is a set of all speech acts used in political discourse.

T.A. Van Dijk, considers political discourse to be the discourse of politicians. It is implemented in the form of government documents, parliamentary debates, party programs, political speeches. In this sense, the political discourse is limited to the activity of politicians. Hence, the scientist stresses the institutional nature of political discourse [2].

Also, political discourse has its own language, a special sign system designed exclusively for political communication. Political language is the official language of the state power, influencing means of which differ from the language means used in fictional, publicist and colloquial language. Political texts are designed for the mass reader and listener. They are packed with social and political terminology, specific vocabulary such as metaphors, epithets, abbreviations, special grammatical constructions, slogans, appeals, precedent statements, and quotes, as well as names of various government projects and programs, conferences, events, usually arranged with quotation marks and causes difficulties for the interpreter.

In order to illustrate the linguistic stylistic peculiarities of public speeches translation, we decided to use texts of US and UK political leaders’ public speeches, in particular J. Biden’s, B. Obama’s, D. Trump’s, T. May’s and B. Johnson’s.

The study will provide the results of the analysis for each lexical transformation type, according to V.N. Komissarov’s classification. Effective use of these techniques enables the translator to achieve optimal results in three most important translation tasks: adequacy, equivalence, and identity.

No stylistic features or semantic content of the original text should be compromised during translation process. Syntax must correspond to the rules of the source and target languages. Maintaining and recreating the pragmatic potential of the original structure is also an important aspect for quality translation and should be carefully examined during translation.

Figurative and expressive tools can put a translator in a difficult situation. As an example, certain tropes or a figure of speech may be present in one language, but not in another.

Upon investigation of transformational analysis, it was concluded that the most frequently used transformations in the translation of a political text are modulations, grammatical substitution, and syntactic approximation. Statistics have shown that the most rarely used transformations are sentence segmentation and generalization. At the syntactic level in political discourse, we observe compound and complex sentences. In order to influence the reader, politicians use linguistic figurative and expressive means, which include tropes and figures of speech.

To sum up, I would like to say that lexical and stylistic expressive means are tremendously valuable for communication and persuasion strategies used in political speeches. It is necessary for interpreters to transfer all stylistically colored words in the translation process, by means of grammatical, lexical and translation transformations.

More detailed investigation of linguistic and stylistic peculiarities of political speeches translation will be conducted in the practical part of the master’s thesis.

REFERENCES

1. Ван Дейк Т. А. (1998). К определению дискурса. [WWW-документ] URL <http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/vandijk2.html>
2. Van Dijk, T. A. (1993). *Principles of critical discourse analysis*. *Discourse & Society*, 4(2), 249-283
3. Рябова, Т. Б. Политический дискурс как ресурс «создания гендера» в современной России // *Личность. Культура. Общество*. – М., 2010. Т. VIII. Вып. 4 (32). – С. 307–320.
4. Баранов А. Н., Казакевич Е. Г. Парламентские дебаты: традиции и новации. – М.: Знание, 1991.

ӘОЖ 91(574)

MISTAKES OF TRANSLATION AND LOCALIZATION OF VIDEO GAMES

Oraz B.E., master's student

Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, Almaty

Annotation. The article deals with semantic mistakes of game localization based on the comparison of English and Russian variants of a Video game Deus Ex: Human Revolution. All the examples are from the given video game. The research is focused on typical lexical challenges in the process of translation, in particular, interpretation of context-independent and context-dependent words. To the given issue author includes the difference of translation and localization. The practical part of the article analyzes examples of inappropriate translated and localized game scripts.

Key words: translation, localization, text, mistakes, distortion, inaccuracies.

ВИДЕО ОЙЫНДАР АУДАРМАСЫ ЖӘНЕ ЛОКАЛИЗАЦИЯЛАНДЫРУ ҚАТЕЛЕРІ

Ораз Б.Е., магистрант

Абылай хан атындағы Қазақ Халықаралық Қатынастар және Әлем Тілдері Университеті,
Алматы
orazberdaulet@gmail.com

Аңдатпа. Мақалада Deus Ex: Human Revolution видео ойынының ағылшын және орыс тілдеріндегі нұсқаларын салыстыру негізінде ойын локализациясының мағыналық қателіктері қарастырылған. Барлық мысалдар осы бейне ойыннан алынды. Зерттеу барысында аударма процесіндегі типтік лексикалық мәселелерге, атап айтқанда, контекстке тәуелді емес және контекстке тәуелді сөздерді түсіндіруге көңіл бөлінеді. Автор бұл мәселеге аударма мен локализация арасындағы айырмашылықты айтады. Мақаланың практикалық бөлігінде дұрыс аударылмаған және локализацияланған ойын сценарийлерінің мысалдары талданады.

Түйін сөздер: аударма, локализация, мәтін, қателер, бұрмаланулар, дәлсіздіктер.

ОШИБКИ ПЕРЕВОДА И ЛОКАЛИЗАЦИИ ВИДЕОИГР

Ораз Б.Е., магистрант

Казахский Университет Международных Отношений и Мировых Языков им. Абылай хана,
Алматы

Аннотация. В статье рассматриваются семантические ошибки игровой локализации на основе сравнения английского и русского вариантов видеоигры Deus Ex: Human Revolution. Все примеры взяты из данной видеоигры. Исследование посвящено типичным лексическим проблемам в процессе перевода, в частности, интерпретации контекстно-независимых и контекстно-зависимых слов. К данному вопросу автор относит различие перевода и локализации. В практической части статьи анализируются примеры некорректно переведенных и локализованных игровых текстов.

Ключевые слова: перевод, локализация, текст, ошибки, искажения, неточности.

The development of the global computer video game industry and technological advances have led to computer games becoming a significant social and multicultural phenomenon, reaching ever larger national audiences. A special discipline of Game Studies is being formed in the academic sphere,

and interdisciplinary research studies of computer games, including linguistics and natural history, are emerging. Computer video games have become an integral part of the cultural space, and developers and publishers are faced with the question of promoting their own products on the world market. This, in turn, leads to the need for the appropriate transformation of the game for a particular consumer, or its localization. It is the process of transforming a product so that it is not only linguistically and culturally, but also technically and legally appropriate to the target audience and the language of the country for which localization is being done.

Localization of texts is not only professional translation, but also technical, linguistic and cultural adaptation of texts to the specifics of a certain country, region or population group, as well as the national language. The localization of a website, software, computer games is necessary if they are supposed to be distributed in another linguistic environment and culture.

The main purpose of linguistic localization of computer-game discourse is to convey emotions, to recreate a similar gaming experience in members of the target audience, regardless of language proficiency and cultural experience.

According to Y.I. Retzker, "translation is an exact reproduction of the original by means of another language, preserving the unity of content and style. This is what distinguishes a translation from a paraphrase, in which it is possible to transmit the content of a foreign original, omitting secondary details and not caring about the reproduction of style. The unity of content and style is recreated in the translation on a different linguistic basis and will therefore already be a new unity inherent in the language of translation".

The competence of the translator-localizer of a computer game is not limited to the ability to perform a complete, accurate and stylistically adequate translation of the content, but also imposes requirements for the technical component of the translation process. In order to achieve optimal results, a modern professional translator must have excellent computer and information technology skills, research skills, knowledge of current legislation in the field of audiovisual production and use, be a creative person.

There are several levels of localization of video games. The first is the box localization. If the game is released on physical media, it is localized what is written on the packaging. If it is not sold on a physical medium, but on any platform, then its page in the store is translated: the description and screenshots (illustrations).

Localization of the interface implies that the game will translate not only the description and the box, but also the interface. The concept of "interface" combines various game menus, controls, game characteristic indicators, message input-output window, in-game mini-map, etc. Interface localization is now used almost everywhere.

Localization (translation) of text is the main type of localization of video games. Text in video games can occur in many different forms. These can be various recordings, text dialogues, captions and subtitles. It should be noted that interface and text localization are sometimes combined in the concept of "economical localization".

In the case of localized voice-over, speech and dialogs are translated into Russian, which are voiced by Russian-speaking actors. There are certain difficulties in dubbing the translated text. Usually in games, the sound is divided into files, where one file is one phrase, so the actor voicing the video game has an interesting task - to read the text so that the Russian version coincided in duration with the corresponding English text.

Graphic localization implies that all the inscriptions in the game must be translated. This can be newspapers, store signs, posters, and so on.

Translation in its most general form is defined as the transfer of the content of a text in one language by means of another language. This definition focuses on one of the main requirements for translation - to transmit the content of the original. Violation of this requirement, undoubtedly, is perceived as a mistake.

Mistake is an unwarranted deviation from the normative requirement of equivalence (i.e.

meaningful correspondence of the translation to the original (Schweitzer), as a measure of the inconsistency of the translation to the original (Minyar-Beloruchev), a measure of the misinforming effect on the reader (Komissarov). Semantic mistakes:

- Mistakes in the translation of the original content -are functionally unmotivated deviations from the content of the original, which differ in the degree of misinforming influence.

- Distortion - a subjectively determined deviation of the translation content from the original, as a result of which the effective potential of the translation text does not correspond to the effective potential of the source text (misleads the recipient about the subject of the message, causes inadequate representations).

- Inaccuracies – deviations from the content of the original, characterized by a lower degree of disinformation; unmotivated omission or addition of information that does not completely distort the content of the original, but requires clarification.

Language mistakes:

- Their reason is the inability to compensate for the differences between native speakers of the source language and the target language, the so-called language mistakes in the text of the target language. They are classified according to the types of language and speech units.

- 1. Lexical mistake— a mistake associated with the incorrect use of the main or contextual meaning of a word, as well as a violation of the norms of word compatibility in the target language.

- 2. Grammatical mistake— a violation of the grammatical (including syntactic) norms of the target language, which does not lead to a distortion of the meaning of the original.

- 3. Stylistic mistake— the use of a word, construction or stylistic means that do not correspond in their functional and linguistic properties to the genre and stylistic variety of texts to which the translation belongs.

- 4. Spelling mistake— a mistake in the spelling of words in the target language.

- 5. Punctuation mistake non compliance with the rules of punctuation in the target language.

- 6. morphological mistake is an incorrect formation of word forms during inflection, when the wrong ending is taken to the form of the word, which is required, and so on.

Practical part

In the example we can see the semantic mistakes and the errors of translating of pronouns. This is causes of misunderstanding of the game structure.

1) ■ Original 1: -Sarif ask to see you too?

- Original 2: -Athene. She wants me to show her how to track our scientists implanted locator

- Localization: -Шариф и тебя хочет видеть?

- Localization: -Афина. Она хочет показать мне как имплантировать локаторы имплантированные нашим ученым.

2) ■ Original: -Your leader the one who called you Barret, who is he?

- Localization: - Ваш лидер которого все зовут Баррет, кто он такой?

3) ■ Localization: -Дженсен, мне нужно срочно с тобой поговорить, встретимся в моем офисе.

- Original: -Jensen I need to speak with you. Meet me in your office right away.

The mistakes of translating word “all” causes of proper understanding of a game.

1) ■ Original: -Why take them at all?

- Localization: -Зачем забирать их всех?

2) ■ Original: -You all set here? Because the sooner we take off the better it will be for everyone.

- Localization: -Все готовы? Чем раньше мы летим тем лучше будет для всех.

In the context we can clearly see that the word “puppet” cannot be translated as “куколка”, the appropriate version of translation is “марионетка”.

1) ■ Localization: -Она говорит что ей велит ПИК, а ПИК всегда сообщает то что им велит правительство. Это твоя Элиза просто Куколка.

- Original: -She just says what Picus tells her to, and Picus only reports what the government allows them to. Eliza is just a puppet.

The incorrect rendering of modal verb “must not” as “should have not”

- Original: -There has been some changes in plan. Serif's team must not make it to the hearing.
- Localization: -Планы несколько изменились. Команде Шарифа не следовало ехать на

слушание.

In the next examples we notice that original versions keep the unity of using words “spy boy” in the first sentence and “spy boy” in the second sentence. In the game it is understood like reference on the phrase that had been said before. But in localization we don't see that this unity was kept.

- 1) ■ Original 1: -Bad news spy boy.
 - Original 2: -Spy boy?
 - Localization: -Плохие новости шпион.
 - Localization: -Мальчик шпион?
- 2) ■ Original 1: -So what is the problem?
 - Original 2: -They want to know how I found it.
 - Original 1: -What did you mean back there Meg, about how you found it?
 - Localization: -И в чем проблема?
 - Localization: -Захотят узнать как это вышло.
 - Localization: -Что ты имела ввиду Мэг на счет того как ты его сделала?
- 3) ■ Original 1: Well look at here. We got our boy scout.
 - Original 2: Bombs away boy scout.
 - Original 3: -Don't die here yet. This boy scout has got a few questions to ask.
 - Localization 1: -Так, смотрите-ка, у нас тут завелся герой.
 - Localization 2: -Снаряды выпущены, бой скаут.
 - Localization 3: -Не вздумай у меня помереть. Мне нужны ответы на пару вопросов.

Conclusion

In the part of our research, we analyzed the original texts of Deus Ex Human Revolution, and it was found that the localization of the games combines the features of different types of translation, from technical to translation. This is explained by the fact that in a computer game many components. Programmers write the executable code, interface and graphical shell, while scriptwriters create the task texts and the proper names, and this makes its own adjustments in translation. Linguistic specifics of translation of computer games texts depends on the genre, and it is one of the factors determine the depth of localization. We can clearly see the mistakes that makes understanding of the game more difficult.

REFERENCES

1. https://en.wikipedia.org/wiki/Deus_Ex:_Human_Revolution
2. https://www.youtube.com/watch?v=_4rIAZChyr8
3. https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/22964/1/RSVPU_2016_387.pdf
4. <https://dtf.ru/flood/21327-chto-takoe-lokalizaciya-i-chem-ona-otlichaetsya-o>

1. 1. ОШИБКИ ЯЗЫКОВОЙ ЛОКАЛИЗАЦИИ ТЕКСТОВ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР КОМПАНИИ «NAUGHTY DOG» Б.А. Ускова Екатеринбург 2016 г.

УДК 81'373'161.1'133''1'512.122

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНЦЕПТА “DRINKING”

Тулинова В.С., магистрант специальности «Переводческое дело»

Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана
viktoria_almaty@list.ru

Аннотация. Данная статья знакомит читателя с такими понятиями как связь языка и культуры сквозь призму концепта “Drinking”. Статья повествует о предпосылках появления данного концепта и рассматривает некоторые лексические и грамматические особенности данного концепта

Ключевые слова: концепт, язык, культура, языковая культура

«DRINKING» КОНЦЕПТІНІҢ ЛИНГУКУЛЬТУРОЛОГИЯЛЫҚ АСПЕКТТЕРІ

Тулинова В.С., «Аударма ісі» мамандығының магистранты
Абылай атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті
viktoria_almaty@list.ru

Аннотация. Бұл мақала оқырманды «Drinking» концептінің призмасы арқылы тіл мен мәдениеттің байланысы сияқты концепттермен таныстырады. Мақалада осы концептінің пайда болуының алғышарттары туралы айтылады және осы концептінің кейбір лексикалық-грамматикалық ерекшеліктері қарастырылады.

Түйін сөздер: концепт, тіл, мәдениет, тіл мәдениеті

LINGUOCULTUROLOGICAL ASPECTS OF THE CONCEPT “DRINKING”

V. Tulinova, Master's student of the specialty “Translation Studies”
Kazakh University of International Relations and World Languages named after Abylai Khan
viktoria_almaty@list.ru

Abstract. This article acquaints the reader with such concepts as the connection between language and culture through the prism of the concept “Drinking”. The article tells about the preconditions for the appearance of this concept and considers some lexical and grammatical features of this concept.

Key words: concept, language, culture, language culture

Данная статья посвящена лингвокультурологическому анализу концепта “Drinking”.

Концепт “Drinking” можно представить в виде следующей, развернутой схемы, так как данный концепт представляет собой сложное понятие, состоящее из нескольких уровней.



Если рассматривать данный концепт с точки зрения уровней, то мы можем констатировать факт, что данный концепт представлен на всех трех уровнях: высший, базовый и подчинительный.

Высший уровень: Физиологическая потребность людей в получении жидкости.

Эти единицы представляют собой одну из ключевых концепций культуры и менталитета английского и русского народов, где собраны важнейшие концепты материальной и духовной культуры, которые передаются в лингвистическом воплощении от поколения к поколению. В английской культуре это понятие представлено наиболее полно, о чем свидетельствует большое количество лексических единиц.

Чтобы ответить на вопрос, почему английский язык содержит наибольшее количество слов в этой концептуальной сфере, следует обратиться к истории народа и страны. Рассмотрим

английскую культуру. В давние времена перед большими праздниками практически во всех городах Великобритании были организованы своеобразные пункты, в которых оказывалась помощь тем, кто выпил лишнего и нуждается в помощи, т.к. праздники с постоянным потреблением алкоголя продолжались более 15 часов подряд.

Исследования Уорикского университета показывают, что британцы на протяжении всей своей истории страдали от пьянства. Еще до французского вторжения в 1066 году британцы заработали употребляли пиво вместо воды, так как потребление простой воды было небезопасным, в воде находились возбудители опасных болезней. С приходом норманнов в Англию у каждого монастыря и аббатства была своя пивоварня.

В русской культуре широко представлены как безалкогольные напитки, так и алкогольные.

Базовый уровень: понятие «Питье» представляет собой гештальт-форму.

Лексико-тематические группы национально-специфических обозначений реальных объектов:

Pimm's, Squash, cider, Gin and tonic, ale, Whiskey, tea - традиционные напитки англичан

В русской концептосфере концепт представлен следующим образом: Лимонад, сидр, квас, кисель, компот, самогонка, брага, наливка, настойка, медовуха, водка, плясовая, малиновка, бражка, браванда, сивуха, заунывная, вишнёвка, распоясая, кизлярка, крякун, горемычная, клубниловка, душегрейка, подвздошная, сбитень, взвар, сыта, березовица.

Употребляя определенные напитки, характерные для его нации, человек присоединяется к национальному сообществу, к которому он принадлежит, тем самым обозначая свою национальную идентичность.

Подчинительный уровень: особенности - Количество выпитого, места выпивки, субъект выпивки, воздействия, последствия.

Схематические модели:

Up –down, in – out, away - close: to drink down, when wine is in, wit is out, drink away, Half seas over, one over the eight

Drunkenness reveals what soberness conceals - Что у трезвого на уме, то у пьяного на языке.

Part - whole - Half seas over – быть под мухой

Рассмотрим концепт «Питье» сквозь призму различных метафор. **Структурная метафора**

1. ***to drink oneself sleepy – допиться до невменяемости*** (в этом примере абстрактное понятие сонливости представляет конкретное понятие сильного опьянения.).
2. ***to drink oneself to death – допиться до смерти*** (абстрактное понятие смерти указывает на очень сильную степень опьянения)
3. ***to have a brick in one's hat – быть пьяным.*** (два существительных со специфическим значением кирпич, шляпа обозначают абстрактное состояние опьянения).
4. ***beer goggles*** - состояние алкогольной интоксикации, при котором представители противоположного пола начинают казаться более привлекательными (существительное с конкретным значением «очки» указывает на абстрактное понятие).
5. ***To fly off the handle, to blow one's top, to kill a bottle*** — раздавить бутылку (в этих примерах сложное понятие «питье» представлено конкретными существительными).
6. ***to take in wood*** — выпить (концепт «питье» передается через существительное, которое имеет определенное выражение в языке).

Ориентационная метафора

Ориентационная метафора представляет собой метафору, в которой понятия пространственно связаны друг с другом следующим образом: вверх или вниз. Вход или выход. Спереди или сзади.

Во всех представленных ниже примерах мы можем наблюдать «ориентацию», выражаемую, как правило, предлогами.

1. ***to drink down*** - Выпить залпом
2. ***to drink off*** - Выпить залпом
3. ***when wine is in, wit is out*** - Когда хмель в голове шумит, ум молчит
4. ***be in beer*** - быть выпивши

5. drink **away** - Пить непрерывно

6. one **over** the eight - по пьяной лавочке, с пьяных глаз

Онтологическая метафора

Онтологические метафоры основаны на проецировании свойств объектов окружающей действительности (хрупкости, твердости и т.д.), они указывают на абстрактные сущности, например, разум, эмоции, мораль и т. д.: *blind to the world* - вдребезги пьяный, *blind drunk* - пьян в дымину, пьянее вина.

В первых двух примерах метафора основана на абстрактной сущности «тяжелого опьянения», выраженной прилагательным *blind*

1. Do not put new wine into old bottles - Не наливай молодое вино в старые меха (в этом примере мы видим прилагательные - антонимы (новый-старый), которые указывают на качество).

2. Good can never grow out of evil - где суслик плохо, там пиво хорошим не бывает. (в этом примере мы видим сравнение качеств материала, хорошее - плохое)

3. This **glass** is very fragile - **Стакан** очень хрупкий. (данный пример демонстрирует одно из свойств предмета, а именно хрупкость)

4. *beery breath of fun* - *пивной дух* веселья (конкретное понятие «дыхание» превращается в абстрактное понятие «веселье».)

Данный концепт также может быть представлен в виде метонимических моделей:

- **емкость вместо содержимого**, *I will eat another plate* - съем еще тарелку, *Шипенье пенистых бокалов* - *I'll eat another plate*, *The hiss of frothy glasses*

- **место вместо людей**, - *the restaurant was drinking* – *ресторан выпивал*. (это были люди в ресторане, которые пили напитки)

- **перевод процесса в состояние объекта**: *apple wine (cider)*

Грамматический анализ примеров данного концепта также представляет определенный интерес. Рассмотрим пример: *A man hit the bottle to drown his grief*

Тип: предложение является основным, т.е. несет общий смысл и не требует контекста для понимания его смысла.

Единицы предложения:

a man – имя существительное

the bottle - имя существительное

hit, to drown - глагольная группа

a – структурное слово, неопределенный артикль

the - структурное слово, определенный артикль

bottle, grief – содержательное слово, имя существительное

to – структурное слово, предлог

his – структурное слово, притяжательное местоимение

Морфемы: *A | man | hit | the | bottle | to | drown | his | grief*

Функциональная категоризация также представлена в разрезе рассматриваемого концепта:

Актуализация: *Ambassador of Piedmont and Italy came at home in wine*

Рекатегоризация: *Wine came and went out of his head*

Поликатегоризация: *he walked in drunk (he walked + he was drunk)*

Аксиологическая / оценочная категоризация

В эту группу фразеологизмов входят оценочные слова, сравнивающие пьяного человека с различными животными или предметами: *roaring drunk* (шумно пьяный) - мертвецки пьян, *dead drunk* - пьяный до бесчувствия, пьян в доску, *blind drunk* - пьян в дымину, *drunk as a cobbler* - пьян в стельку, *stinking drunk* (ужасно пьяный) - мертвецки пьян, *drunk and incapable* — мертвецки пьян(ый), *to overdrink oneself* — выпить лишку, *tight as a drum/brick* – (пьян как барабан, как

кирпич)- очень пьян, *roaring drunk* - мертвецки пьян, *As sober as a judge* (Трезв как судья) - Ни в одном глазу, трезв, как стеклышко.

Рассмотрим примеры оценочных категорий: *slightly tight* (букв. Слегка выпивший), *thin wine* — слабое вино; разбавленное вино, *chronic alcoholic* — хронический алкоголик, *hard drinking* – **тяжелый запой**.

Drunkenness is nothing else but a voluntary madness - **Опьянение** - не что иное, как добровольное сумасшествие.

Когда мы говорим о концепте «Питие» в контексте разных культур, то возникают разные стереотипы. Например, стереотип русского человека - пьяница, алкоголик, потребляющий только крепкий алкоголь. Стереотип англичанина - чайная традиция и виски. Если мы говорим о представителе казахского народа, то стереотипом представляется чай, который казахский народ пьет почти постоянно. Стереотип француза - изысканные сорта дорогого вина. В качестве артефактов можно найти указание на предметы быта, например, самовар в русской культуре, чашку в английских образах, бутылку во французской культуре.

ЛИТЕРАТУРА

1. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика. Тамбов: ТГУ им. Г.Р.Державина, 2014. - 235 с.
2. Гумбольдт В. фон. Язык и философия культуры. М.: Прогресс. 1985. 2-е изд. М., 2000 г. -450 с.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
4. Колесов В.В. Язык и ментальность. –СПб.:Петербургское Востоковедение, 2004.
5. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. М.:КДУ, 2011.- 348 с.
- 6.Словарь Мультитран *Multitran.com*: Free online dictionary in English, German, French, Spanish

УДК: 659.118

SLOGANS AS MEANS OF ADVERTISING AND THEIR INFLUENCE ON HUMAN CONSCIOUSNESS

Makhpirov V.U - the doctor of sciences in philology, professor (scientific supervisor)

Tilvaldieva N. E,

1-year-master's degree student at KazUIR&WL

named after Ablai khan

Almaty, Kazakhstan

nigara.tilvaldieva@mail.ru

Annotation. This article defines the concept of “slogan”, examines the role of advertising slogans in modern society and their main types. Examples are given for each type of slogan. Also the article identifies the useful ways of creating the best, successful, and effective advertising slogans. Since the main aim of article is to determine the role of slogans and their impact on people’s consciousness, the article analyzes the impact of modern slogans on the consciousness and psyche of a person and how they can persuade consumers to buy a particular type of product

Key words: advertisement, advertising slogans, typology of slogans, consumers

ЖАРНАМА ҚҰРАЛЫ - СЛОГАНДАР ЖӘНЕ ОЛАРДЫҢ АДАМ САНАСЫНА ӘСЕРІ

Махпиров В.У., ф.ғ.д., профессор (ғылыми жетекші)

Тилвалдиева Н.Е., 1 курс магистранты

Абылай хан атындағы ҚазХҚЖӨТУ, Алматы, Қазақстан

nigara.tilvaldieva@mail.ru

Аңдатпа. Бүгінгі таңда жарнама әр қоғамда маңызды рөл атқарады және адамның қарым-қатынас саласын осы әлеуметтік құбылыссыз елестету қиын болып табылады. Бұл мақалада «слоган» ұғымының

анықтамасы берілді, қазіргі қоғамда алатын орны көрсетілді. Жарнамалық слогандардың негізгі түрлері қарастырылып, мысалдар келтірілді. Сондай-ақ, мақалада ең жақсы, сәтті және тиімді жарнамалық ұрандарды құрудың пайдалы жолдары көрсетілген. Мақаланың негізгі мақсаты слогандардың рөлін және олардың адамдардың санасына әсерін анықтау болғандықтан, мақалада қазіргі жарнамалық слогандардың адамның санасы мен психикасына қалай әсер ететіндігі және тұтынушыларды белгілі бір өнімді сатып алуға қалай мәжбүр ете алатындығы мысалдар арқылы зерттелді.

Түйін сөздер: жарнама, жарнамалық слоган, слогандардың типологиясы, тұтынушылар

СЛОГАНЫ КАК СРЕДСТВО РЕКЛАМЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СОЗНАНИЕ ЧЕЛОВЕКА

Махпиров В.У., д.ф.н., профессор (научный руководитель)

Тилвалдиева Н.Е., магистрант 1 курса

КазУМОиМЯ им. Абылай хана, Алматы, Казахстан

nigara.tilvaldieva@mail.ru

Аннотация. Сегодня реклама играет одну из важнейших ролей в каждом обществе, и трудно представить сферу человеческого общения без этого социального явления. В данной статье дается определение понятия «слоган», рассматривается роль рекламных слоганов в современном обществе и их основные виды. Приведены примеры для каждого типа слогана. Также в статье определены полезные способы создания лучших, успешных и эффективных рекламных слоганов. Поскольку основной целью статьи является определение роли слоганов и их влияния на сознание людей, в статье анализируется влияние современных слоганов на подсознание и психику человека и то, как они могут убедить потребителей купить тот или иной вид товара

Ключевые слова: реклама, рекламные слоганы, типология слоганов, потребители

As it is well-known, today advertisements play one of the most important roles in every society and it is difficult to imagine the sphere of human communication without this social phenomenon. All people, businessmen, companies and firms use advertisements as an effective tool in order to increase the sale of their products and make them famous. And a slogan is considered as a significant component or part of advertising texts. It helps to create a wonderful advertising image, when slogan is used effectively and successfully. In addition to this, if slogan is used successfully, it can increase the impact of advertisements on potential buyers. Firstly, it is important to determine the meaning of the concept of “slogan” and its major features and functions since the main aim of the article is to identify and analyze the role of slogans and their impact on people’s consciousness. This concept means a kind of “motto”. In the second half of the nineteenth century, slogan was first used in the modern sense. As an advertising practitioner whose name is M. M. Blinkina-Melnik explains, it can be considered that the slogan is the second name of the product. Slogan is a phrase expressed in short and effective words. Every slogan conveys the main idea of a trade offer and aims at bringing the attention of customers. As slogans do not stand in one place, they tend to be changed, the old slogans are changed to new ones and slogans of new products appear every year, the works devoted to this topic always remains relevant.

Since advertisements become an important aspect of modern society, it is a good opportunity to attract people’s attention in a highly competitive society in order to make them to buy certain product. For this reason, every company’s, firm’s or service’s slogan must express the main idea of an advertising campaign in a bright, creative and imaginative form and should give coherence to a number of advertising events. Slogans may also persuade people to purchase a product or service. The slogan, therefore, is corporate style and is an essential element of advertising communication.

The slogan is regarded by researchers as a percussion advertising tool. It is its obligation to promote the idea of advertising and to tell something important about the subject of advertisement. At the same time, it must not only represent one message’s advertising idea, but should also convey the substantial idea of the whole company’s advertising strategy and marketing policies. A range of these content requirements are established based on the psychological purposes of ads.

The market goal is completely met by an effective, memorable and profitable slogan.

As V. Kevorkov considers, a successful slogan promotes customers to the desired action and active community with the brand. Furthermore, he also believes that effective slogan becomes an indispensable part of the brand's advertising company. And I totally agree with this statement.

If we turn to the typology of advertising slogans, they can be classified according to their features on several groups:

We can firstly divide slogans into two types, as brand and product slogans, according to the advertised object.

Secondly, slogans can be also divided into two groups as rational and emotional accent:

Facts, indicators, characteristics and so on are often used in rational slogans. And emotional slogans are more effective in terms of engagement and perception, it means that they can influence emotionally on consumers.

Besides, slogans can also be divided into four different types according to the structure. They are:

Table 1.

№	Slogans	
1	Related slogan	The names of the product are included in this type of slogans. As it is obvious, related slogan cannot be separated from product name. For instance: “Have a break, have a Kit-Kat” “Есть перерыв, есть Kit-Kat” “Їзіліс барда, Kit-Kat бап” This slogan involves the name of the product, Kit-Kat.
2	Direct slogan	A personal appeal is made to a potential consumer in this type of slogans. One clear example is: “Because you’re worth it” As it is well-known, this is the slogan of one of the most widespread company called “L’Oréal”. Here, a personal appeal is made to a buyer by its slogan. Like “You deserve it”.
3	Attached slogan	These slogans have rhyme and can relate phonetically to the name of the product. For instance, the slogan of “Quavers” (snack): Quavers: The flavour of a Quaver is never known to waver Here, you can see the rhyme: Quaver-flavour-never-waver.
4	Free slogan	Free slogans are usually self-sufficient and independent and it should be noted that free slogans are not always associated with the name of product. As an example we can take the slogan of “Apple” company: “Think different”) Here, the slogan is not associated with the name of the “Apple” company.

As we know most people read slogans rather than the advertising texts themselves, for this reason one of the main functions of slogans is that they should attract the attention of the people, consumers.

In addition to the information that it has, the slogan should have a decent “verbal shell”. It means that the slogans should be easy for reading, for remembering, sonorous, attracting the potential customers, and also should be pleasant to the ear.

In order to make them follow to these requirements and make them successful and also effective, there several ways of doing it:

- Concision;
- The use of stylistic devices;
- Comparative and superlative constructions;
- Repetition;
- Non-sophistication.

1. The first method is concision. It means the slogan should not be too long. For the reason that, most people tend to read short information quickly. Therefore, the slogans should be short, understandable and effective.

2. The second one is the use of stylistic devices. It is one of the most effective ways of making successful slogans. For instance, the slogan of the chocolate “Bounty”:

“Bounty: The *taste of Paradise*”

Here, it does not mean that the flavor is really taste of paradise. In this slogan, the metaphor is used successfully and it attracts people’s attention quickly.

3. The next way is the use of comparative and superlative constructions. Using comparative and superlative forms of adjectives may also make the slogans effective. For example the slogan of Carlsberg:

“Carlsberg: Probably *the best* beer in the world”

In this slogan, the superlative form of the adjective “good” is used successfully. And it immediately catches the consumers’ attention and can persuade them to buy it.

4. The forth one is the use of repetition. While creating slogans, the usage of the repetition can usually be effective. One clear example is the slogan of the company “Toyota”:

“Moving *forward* and *forward* and *forward*”

There is used the repetition of the word “forward”. In spite of the fact that this word is repeated three times, this slogan is one of the most successful slogan in the world.

5. The last trip is non-sophistication. It means that the slogans should be easy to accept and understand. If your slogan is too sophisticated and difficult for understanding, your product may not have more consumers. For instance the slogan of Pepsi:

“The choice of young generation”

As you see here, there are not used too difficult and sophisticated words. Despite the fact that the company used simple words, this slogan is one of the most effective and successful slogans in the world.

Following to these trips or ways helps to make the best slogan in the whole world. You should know how to use them in appropriate way.

In addition to all features of slogans that are mentioned above, the advertising slogan can also influence on people’s consciousness. Here are several examples of it.

1. The slogan of Red Bull:

“Red Bull gives you wings”

It does not mean that this drink can really give you wings. It means that it can give you energy. After reading this slogan, consumers believe that after drinking Red Bull, they will receive extra energy. This advertising slogan influences on people’s consciousness and can persuade them to buy the product.

2. The slogan of “L’Oréal”:

“Because you’re worth it”

This slogan makes a personal appeal to a buyer, especially to women, like: You deserve it. And of course, many of us want to buy it, because we may think we deserve it. Therefore, it has an influencing effect on public consciousness.

3. One of the most famous and widespread slogan is:

“KFC. It’s finger licking good”

It does not mean that you will really lick your fingers like kids, this adjective shows that this food is very tasty/delicious. It influences on consumers positively.

4. The slogan of Disneyland:

“The happiest place on earth”

This superlative adjective tries to create an emotional appeal. After reading this, everyone wants to visit the happiest place on earth and to check is it truly the happiest place.

The examples that are given above prove that the advertising slogans can influence on consciousness of human being.

In conclusion, the article proves that the main nuclear component of advertising communication and text is the advertising slogan. As it is known, advertising slogans are units that implement not only communicative, but also cognitive processes. As it is provided in the article, slogans achieve their goal of attracting consumers, various ways effective ways are used, such as using the structural features of the sentence, concision, repetition, superlative and comparative constructions, phonetic intonation, graphic means of the word, and stylistic devices. If your advertising slogan is successful, you will increase the sale of your product. And there will be more users of your product. In addition to this, the slogans may also influence on public consciousness persuading them to buy certain type of product or service. Every creator of the slogans must know the effective ways of making slogans more successful, as they are the key element of advertising.

REFERENCES

1. Shido, K.V. Reklamnyy slogan kak osobyuy zhanr angliyskikh reklamnykh tekstov [Advertising slogan as a special genre of English advertising texts]. Saratov, 2002. 22 p.
2. Сердобинцева Е.Н. «Структура и язык рекламных текстов: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2010
3. Kutsai, Tamara. Influence of slogans on human behavior as the method of manipulation by consciousness. Integrated communications. 28-31. 2017
4. Filkuková, P. & Klempe, S. H. (2013). Rhyme as reason in commercial and social advertising. Scandinavian Journal of Psychology, 54, 423–431. URL: <https://doi.org/10.1111/sjop.12069>
5. 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/>
- Маткаримов, А. В. Влияние рекламы на эмоции человека / А. В. Маткаримов. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 36 (222). — С. 97-100. — URL: <https://moluch.ru/archive/222/52555/>
- Безлатный Д. В. Психология в рекламе: искусство манипуляции общественным сознанием // Ваш полиграфический партнёр, М., 2011. — с. 30–34.

УДК 81-2

ПОЛИТИЧЕСКИЕ МЕТАФОРЫ В ИНАУГУРАЦИОННЫХ РЕЧАХ ПРЕЗИДЕНТОВ США ДОНАЛЬДА ТРАМПА И ДЖО БАЙДЕНА

Маханбеталиева Т.С., магистрант

Баимбетова А.П., к.ф.н., доцент

Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана, Алматы,
Казахстан

tumarmakhanbetali@mail.ru,

alastar48@mail.ru

Аннотация. В данной статье исследуются концептуальные метафоры в инаугурационных речах президентов США Дональда Трампа и Джо Байдена. Цель работы – выявить особенности применения концептуальных метафор двумя политическими деятелями посредством проведения лингвоконцептуального и прагматилистического анализов. Авторы статьи исследуют основные концепты метафор двух политиков и их прагматический потенциал. Проводится сопоставительный анализ концептуальных метафор на материале инаугурационных речей президентов. Научная новизна заключается в использовании актуального материала исследования. Научная новизна заключается в использовании актуального материала исследования. В заключении приводятся выводы об использовании метафорических моделей, их отличительных и сходных чертах и их прагматических функциях.

Ключевые слова: метафора, концепт, политический дискурс, лингвоконцептуальный анализ, прагматический анализ, инаугурационная речь

АҚШ ПРЕЗИДЕНТТЕРІ ДОНАЛЬД ТРАМП ПЕН ДЖО БАЙДЕННІҢ ИНАУГУРАЦИЯЛЫҚ
ҮНДЕУЛЕРІНДЕГІ САЯСИ МЕТАФОРАЛАР

Маханбеталиева Т.С., магистрант

Баимбетова А.П., ф.ғ.к, доцент

Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті,

Алматы, Қазақстан

tumarmakhanbetali@mail.ru,

alastar48@mail.ru

Аңдатпа. Бұл мақалада АҚШ президенттері Дональд Трамп пен Джо Байденнің инаугурациялық сөйлеген сөздеріндегі концептуалдық метафоралар қарастырылады. Жұмыстың мақсаты - лингвоконцептуалды және прагматилистік талдаулар жүргізу арқылы екі саяси қайраткердің концептуалды метафораларды қолдану ерекшеліктерін анықтау. Мақала авторлары екі саясаткердің метафораларының негізгі ұғымдарын және олардың прагматикалық аспектіні зерттейді. Президенттердің инаугурациялық сөздерінің материалдары негізінде концептуалдық метафоралардың салыстырмалы талдауы жасалады. Ғылыми жаңалық қазіргі зерттеу материалын пайдалану болып табылады. Қорытындыда метафоралық модельдерді қолдану, олардың ерекшелігі мен ұқсастықтары және олардың прагматикалық функциялары туралы тұжырымдар келтірілген.

Түйін сөздер: метафора, концепт, саяси дискурс, лингвоконцептуалды талдау, прагматикалық талдау, инаугурациялық үндеу

POLITICAL METAPHORS IN INAUGURAL SPEECHES OF THE US PRESIDENTS DONALD
TRUMP AND JOE BIDEN

Makhanbetaliyeva T.S., Master's student

Baimbetova A.P., PhD in Philology, associate professor

Kazakh University of International Relations and World Languages after Ablai Khan, Almaty, Kazakhstan

tumarmakhanbetali@mail.ru,

alastar48@mail.ru

Abstract. This article explores the conceptual metaphors in the inaugural speeches of US Presidents Donald Trump and Joe Biden. The aim of the work is to identify the features of the use of conceptual metaphors by two political figures through lingua-conceptual and pragma-stylistic analyses. The authors of the article explore the main concepts of the metaphors of the two politicians and their pragmatic potential. A comparative analysis of conceptual metaphors based on the material of the inaugural speeches of the presidents is carried out. The scientific novelty lies in the use of up-to-date research material. The scientific novelty lies in the use of up-to-date research material. In conclusion, we draw conclusions about the use of metaphorical models, their distinctive and similar features, and their pragmatic functions.

Key words: metaphor, concept, political discourse, lingua-conceptual analysis, pragmatic analysis, inauguration speech

Политическая метафора приковывает внимание современных ученых лингвистов, так как она является универсальным стилистическим и прагматическим инструментом, помогающим воздействовать на аудиторию, убеждать в тех или иных взглядах, актуальных и выгодных для политического деятеля как адресата сообщения. Согласно определению А.П. Чудинова, в политическом дискурсе метафора является важным средством познания и объяснения мира, а также эффективным средством прагматического воздействия на сознание общественности [1, с. 238]. В связи с этим, в лингвистическом мире наблюдается широкое изучение речей, выступлений политиков, таких как предвыборные кампании на пост президента, дебаты, инаугурационная речь и многое другое.

В статье речь идет о применении метафор в инаугурационных речах (ИР) президентов США с целью эффективного воздействия на общество. Это связано с тем, что ИР президента должна быть побудительной, мотивационной, а также передавать ясное и актуальное для общества сообщение. Она является плодом командной работы, в рамках которой проводится тщательный анализ речевых

подходов, а также она содержит в себе политические взгляды и цели вступившего в должность президента наряду с его или ее личностными качествами. В этом случае здесь следует отметить, что метафора является тем самым речевым инструментом, способным достичь ранее названных целей, поскольку она имеет мощный прагматический эффект, что делает ее значительно важным элементом в политическом дискурсе.

Политическая метафора в инаугурационной речи Дональда Трампа. Инаугурационная речь (далее: ИР) 45-ого президента США Дональда Трампа, которая была произнесена 20 января 2017 года, получила положительные отзывы со стороны общественности и аналитиков, так как оратор весьма успешно использовал стилистические средства с целью воздействовать на публику и передать свою позицию относительно нынешнего состояния США и его народа. Американский журналист Пешт назвал речь как «превосходный пример поистине вдохновляющей речи» [2]. В своей ИР Д. Трамп затрагивал темы патриотизма, проблем государства, единства, изменений, веры, используя концептуальные метафоры, которые будут далее проанализированы в прагматическом и лингвоконцептуальном аспектах.

Для проведения лингвоконцептуального анализа метафор уточним прежде всего некоторые понятия. По сути, концептуальная метафора – это одна из основных когнитивных операций, нацеленных на познание, структурирование и понимание окружающего нас мира. В ходе исследования метафор выявлялись и сопоставлялись *области источника* и *области цели* метафор. Под концептуальными метафорами понимается отображение признаков явления/предметов из одной концептуальной области, называемой *областью источника*, в другом концептуальном домене, называемым *областью цели*. В статье используется перевод с официального сайта Посольства и консульства США в Российской Федерации.

Прежде всего, проанализируем метафору, связанную с формированием образа Дональда Трампа в глазах общественности. Дональд Трамп представляет себя в метафорах как воин/борец на основе таких схожих признаков, как защита, борьба за определенные ценности и позиции (табл. 1):

Таблица 1

Метафорическая модель TRUMP IS A WARRIOR (Трамп- это воин/спаситель); NATION IS WARRIORS (Нация – это воины)	
<i>Область источника</i>	<i>Область цели</i>
Warrior/fighters (воин/борец)	Президент США Дональд Трамп и Народ США
Метафоры	Перевод
1) <i>I will fight for you with every breath in my body</i> [3];	<i>Я буду бороться за вас с каждым вздохом</i> [4];
2) <i>We will confront hardships</i> [3].	<i>Мы столкнемся с испытаниями</i> [4].

С точки зрения прагматики мы можем наблюдать, как Дональд Трамп нацелен передать в своем сообщении то, что он позиционирует себя в качестве сильного, целеустремленного и решительного лидера, готового заступиться за свой народ и уверенно одержать победу для него. Этот метафорический подход имеет высокий прагматический потенциал, способный повлиять на общественное мнение, убедив в том, что ему можно доверить свои жизни и будущее страны.

Рассмотрим другие метафорические модели, связанные с понятийной областью «здание/конструкция», которые широко распространены в американском политическом дискурсе, чему свидетельствует ее широкое применение президентами США (табл. 2).

Таблица 2

Метафорическая модель A NATION IS A BUILDING (нация - это здание/конструкция); A PROMISE TO NATION IS A BUILDING (обещание народу – здание/конструкция); POLITICS IS A BUILDING (Политика – это здание/конструкция)

Мәдениетаралық коммуникация және тілдер мен мәдениеттерді функционалды-прагматикалық зерттеу

<i>Область источника</i>	<i>Область цели</i>
Building (здание/конструкция)	Nation - Народ/общество США как единое целое/единая конструкция
Building (здание/конструкция)	Promise to nation - Обещание народу, которое нужно восстановить
Bedrock (коренная подстилающая порода/фундамент)	Politics's origins/basis (Основание/истoki политики)
Метафоры	Перевод
1) <i>We will get our people off of welfare and back to work, rebuilding our country with American hands and American labor [3];</i>	Мы вытащим наших людей из велфера и вернем их на работу по восстановлению нашей страны американскими руками и американской рабочей силой [4];
2) <i>We the citizens of America are now joined in a great national effort to rebuild our country and restore its promise for all of our people [3];</i>	Мы, граждане Америки, сейчас объединяем наши общенациональные усилия по восстановлению нашей страны и выполнению ее обязательств перед нашим народом [4];
3) <i>At the bedrock of our politics will be a total allegiance to the United States of America [3].</i>	В основу нашей политики мы зложим абсолютную верность Соединенным Штатам Америки [4].

В приведенных метафорах Дональд Трамп использует концепт “строительство”, заменив привычный глагол «*build*» глаголом «*rebuild*». Очевидно, что это может быть обосновано протестом Трампа против существующей политической и экономической системы страны, которую он планирует «перестроить». Таким образом, используемая Трампом концептуальная метафора примененный прагматически призывает общественность переосмыслить ситуацию в стране, а также демонстрирует позицию Трампа относительно политической обстановки до его правления государством.

Теперь обратимся к следующей метафорической модели, основанной на концепции «растительного мира» (табл. 3):

Таблица 3

Метафорическая модель COUNTRY/TERRORISM/MONEY IS A PLANT (Страна/терроризм/деньги - это растение)	
<i>Область источника</i>	<i>Область цели</i>
Plant (растение)	Country (страна)
To thrive/prosper (процветать)	To develop (развиваться)
Weed (сорняк)	Terrorism (терроризм)
To eradicate (вырывать с корнем/искоренять)	To destroy (уничтожать)
Crops (урожай)	Money/rewards (деньги/денежные вознаграждения)
Метафоры	Перевод
1. <i>Our country will thrive and prosper again –</i>	<i>Наша страна будет вновь развиваться и процветать [4];</i>
2. <i>We will unite the civilized world against radical Islamic terrorism, which we will eradicate completely from the face of the Earth</i>	<i>Мы будем объединять цивилизованный мир против радикального исламского терроризма, который мы полностью сотрем с лица земли [4];</i>
3. <i>For too long, a small group in our nation's Capital has reaped the rewards of government, while the people have borne the cost</i>	<i>Слишком долго небольшая группа в столице нашей страны пожинала плоды правления, а народ платил за это [4].</i>

Как мы видим из таблицы 3, автор использует в качестве области источника понятия растительной жизни: *растения, процветать, сорняк, урожай, искоренить*. В качестве цели выступают следующие понятия: *страна, развиваться, терроризм, уничтожить, деньги*. Трамп осветил актуальные проблемы государства, сравнив терроризм с сорняком, который сугубо важно «искоренить» (2). Помимо этого, политик обвиняет элиту и высшее сословие в коррупции и прикарманивании государственных денежных средств, что отразилось на жизни народа (3). Эти метафоры несут в себе мощный прагматический эффект, донесенный до общественности в неявной имплицитной форме. Кроме этого, можно отметить, что Трамп доносит свое сообщение в простой разговорной манере посредством использования легко воспринимаемых метафор для освещения важных и серьезных проблем государства.

Проанализировав концепцию растительного мира, перейдем к метафорической модели, основанной на понятии «*воры/разбойники*» (табл. 4):

Таблица 4

Метафорическая модель OTHER NATIONS ARE THIEVES (другие страны – это воры/разбойники)	
<i>Область источника</i>	<i>Область цели</i>
Thieves (воры)	Другие нации, а именно иммигранты с других стран
Метафоры	Перевод
1) <i>We must protect our borders from the ravages of other countries</i> [3];	Мы должны защищать свои границы от посягательств других стран [4];
2) <i>other countries steal our companies and destroy our jobs</i> [3].	Другие страны обворовывают наши компании и лишают нас рабочих мест [4].

Метафорические конструкции, примененные Трампом, дают нам возможность понять то, что политик придерживается отрицательной позиции по отношению к иммиграционному процессу на территории США (табл. 4). Можно прийти к выводу о том, что Дональд Трамп не разграничивает понятия «иммигрант» и «террорист». В качестве источника он использует понятия воры и разбойники, а в качестве цели – необходимость защиты страны от иммигрантов, доказательством чему может быть негативная метафорическая отсылка к иммигрантам в качестве воров и разбойников, которые могут плохо повлиять на их страну и принести ей и ее народу огромный ущерб.

Политическая метафора в инаугурационной речи президента США Джо Байдена. 46-й президент США Джо Байден принял присягу 20 января 2021 года. Концепция единства и мира страны играла централизованную функцию в речи Байдена в отличие от концепции Трампа, смысл которой состоял в призыве граждан бороться за страну, защищать ее от негативных внешних влияний до последнего вздоха, что и послужило становлению метафоры «American carnage» (Американская бойня) основной концепцией инаугурационной речи Дональда Трампа.

Например, подобно образу воина и спасителя Дональда Трампа в его инаугурационной речи, Джо Байден так же метафорически позиционирует себя в качестве спасителя (табл. 5):

Таблица 5

Метафорическая модель JOE BIDEN IS A WARRIOR/SAVIOR (Джо Байден – воин/спаситель)	
<i>Область источника</i>	<i>Область цели</i>
Warrior/savior (Воин/спаситель)	Президент США Джо Байден
Метафоры	Перевод
1) <i>I will fight as hard for those who did not support me as for those who did</i> [5];	И я обещаю вам, что буду бороться за тех, кто не поддержал меня, в той же мере, как и за тех, кто поддержал [6];
2) <i>I will defend the Constitution. I will defend our democracy. I will defend America</i> [5].	Я буду защищать Конституцию. Я буду защищать демократию. Я буду защищать Америку [6].

Как видно из приведенных метафор в таблице 5, можно полагать, что Джо Байден видит себя в качестве воина/предводителя, который дает обещание бороться за всех граждан США в независимости от того, поддержали ли они его во время выборов, или нет, показав, что он является справедливым лидером (1). Метафорическая концепция войны в американском политическом дискурсе является распространенной, с чем и связано выдвижение лидерами США своей позиции в качестве воина и спасителя. Данный подход является эффективным с прагматической точки зрения и может повлиять на формирование положительной оценки и мнения со стороны общественности.

Обратим внимание на метафорическую модель с концепцией войны и поля битвы (табл. 6):

Таблица 6

Метафорическая модель AMERICAN POLITICS IS A WAR (Американская политика – это война)	
<i>Область источника</i>	<i>Область цели</i>
Foes (враги)	Экстремизм, беззаконие, жестокость, безработица, безнадежность, болезнь, ненависть, коронавирус, пандемия
Victims (жертвы)	Демократия, истина
Метафоры	Перевод
1) <i>And now, a rise in political extremism, white supremacy, domestic terrorism that we must confront and we will defeat</i> [5];	Подъем политического экстремизма, идеи превосходства белой расы, терроризма внутри страны, с которыми мы должны бороться и которые мы победим [7];
2) <i>I ask every American to join me in this cause. Uniting to fight the common foes we face</i> [5];	Я прошу каждого американца присоединиться ко мне в этом деле. Объединиться для борьбы с врагами , с которыми мы сталкиваемся [7];
3) <i>Leaders who have pledged to honor our Constitution and protect our nation — to defend the truth and to defeat the lies</i> [5];	Лидеры, взявшие на себя обязательство соблюдать Конституцию и защищать нашу страну, отстаивать правду и бороться с ложью [6];
4) <i>We must set aside the politics and finally face this pandemic as one nation</i> [5];	Мы должны оставить в стороне политику и наконец начать бороться с COVID-19 как единая нация [6];
5) <i>We face an attack on democracy and on truth</i> [5].	Наша демократия, наша правда подвергаются атаке [6].

Вышеизложенные метафоры данной концепции позволяют подчеркнуть, что Байден в своей речи метафорически представил себя как воина борца. По своей сути, политика – это власть, и эта политическая власть может метафорически концептуализироваться как физическая сила. Проанализировав метафоры Байдена, формируется образ поля битвы, где Джо Байден предводитель, призывающий солдат (народ) бороться с врагами (1). Помимо этого, в период пандемии политик использует метафоры войны для освещения проблем, связанных с коронавирусом, а также призывает бороться с ним (4).

Следующей выявленной метафорической моделью является модель с концепцией «путь/путешествие» (табл. 7):

Таблица 7

Метафорическая модель POLITICS IS A JOURNEY (Политика - это путь); NATION IS A MECHANISM	
<i>Область источника</i>	<i>Область цели</i>
Storm (шторм)	Political hardships/obstacles (политические трудности/преграды)
To come far (прийти далеко)	To achieve results/goal (достигать результата/цели)

Mechanism (механизм)	Nation (нация)
Leading force (ведущая сила)	America (Америка)
Raging fire (бушующий огонь)	Politics (политика)
Beacon (путеводная звезда, маяк)	America (Америка)
A broken transport on the road (Сломанный транспорт на дороге) (7)	American nation (Американская нация)
Метафоры	Перевод
1) <i>And over the centuries through storm and strife in peace and in war we've come so far. But we still have far to go</i> [5];	За столетия бурь и раздоров, в войне и мире, мы проделали большой путь . И большой путь нам предстоит пройти [7];
2) <i>We will press forward with speed and urgency</i> [5];	Мы будем стремиться вперед быстро и настойчиво [7];
3) <i>And here we stand, just days after a riotous mob thought they could drive us from this sacred ground</i> [5];	И мы стоим на месте, где лишь несколько дней назад бунтующая толпа считала, что она может изгнать нас с этой священной территории [7];
4) <i>We can make America, once again, the leading force for good in the world</i> [5];	Мы можем снова сделать Америку ведущей силой добра в мире [6];
5) <i>Politics need not be a raging fire destroying everything in its path</i> [5];	Политика не обязательно должна быть бушующим огнем , уничтожающим всё на своем пути [7];
6) <i>Let us say a silent prayer for those who lost their lives, for those they left behind, and for our country</i> [5];	Прошу вас присоединиться ко мне в молчании для молитвы в память о тех, кто погиб или потерял близких, и о нашей стране [6];
7) <i>That our America secured liberty at home and stood once again as a beacon to the world</i> [5];	Что Америка обеспечила свободу у себя дома и вновь стала маяком для всего мира [7];
8) <i>In each of these moments, enough of us came together to carry all of us forward</i> [5].	В каждый из этих моментов большинство из нас – большинство из нас – объединялось, чтобы вести всех нас вперед [6].

Джо Байден использует метафорическую модель движения/пути для того, чтобы прагматически и концептуально передать, что американский народ един и идет целенаправленно к единой цели по одному пути, сталкиваясь с преградами, которые он сравнил с такими губительными явлениями как шторм, бушующий огонь (табл. 7). Было донесено то, что было многое достигнуто, однако, впереди их ожидает много трудностей, побед, преград, которые они переживут вместе. Опираясь на приведенные в пример метафоры, следует прийти к выводу, что в большинстве случаев, метафоры путешествия/пути являются конвенциональными, поскольку они глубоко внедрены в нашу ежедневную коммуникацию, что мы можем не замечать, как часто мы прибегаем к их использованию на повседневной основе.

Теперь обратимся к таблице 8, содержащей метафорическую модель «*country/politics/nation is a building*»:

Таблица 8

Метафорическая модель COUNTRY/POLITICS/NATION IS A BUILDING (Страна/политика/нация – это здание/конструкция)	
Область источника	Область цели
Building (здание)	Nation (нация)
Метафора	Перевод
1) <i>Much to repair. Much to restore. Much to build</i> [5];	Многое нужно исправить , многое восстановить , многое построить [6];
2) <i>To restore the soul and to secure the future of America</i> [5];	Восстановить душу и защитить будущее Америки [7];
3) <i>We can rebuild the middle class</i> [5];	Мы можем восстановить средний класс [6];
4) <i>We will repair our alliances</i> [5].	Мы восстановим наши альянсы [7];

Здесь уместно обратить внимание на способ использования структуры этой концептуальной метафоры, в рамках которой были выявлены ряд метафор, направленных на «*построение/восстановление*» Америки, ее души, ее ценностей и союзов с другими государствами. Также, необходимо отметить, что Байден так же, как и Трамп применил метафорический подход в изображении необходимости перестройки и восстановления среднего класса и альянсов США.

Перейдем к анализу следующей метафорической концепции Байдена *democracy/hope/truth/justice are plants* (табл. 9).

Таблица 9

Метафорическая модель DEMOCRACY/HOPE/TRUTH/JUSTICE ARE PLANTS (Демократия/надежда/истина/справедливость – это растение)	
<i>Область источника</i>	<i>Область цели</i>
Plants (растения)	Democracy/hope/truth/justice (демократия/надежда/истина/справедливость)
Метафора	Перевод
1) <i>That democracy and hope, truth and justice, did not die on our watch but thrived</i> [5].	Что демократия и надежда, правда и справедливость не умерли на нашем веку, а процветали [7].

В этом контексте демократия, наряду с такими понятиями как надежда, истина и справедливость, концептуализируется в области растений, которые зависят от людей и нуждаются в их заботе. С точки зрения прагматики политик пытался донести то, что народ США вкладывал все свои силы и старания в «*процветание*» их демократии и национальных ценностей, а не наоборот, уничтожал их, дав понять, что они справились с важной миссией. Таким образом, президент умело смог метафорически совместить обыденные понятия с серьезными политическими вопросами, тем самым показав высокий уровень ораторства.

Анализ в рамках этой статьи позволил нам выявить концептуальные метафоры в инаугурационных речах Дональда Трампа и Джо Байдена в аспекте их прагматического воздействия на общество США. В результате проведенного исследования мы выяснили, что концепция войны, строительства, борьбы за справедливость занимают важную часть в метафорах Трампа и Байдена на основе использованных метафор. В ИР Трампа были выявлены 4 основных метафорических модели, областями источника которых являются *война/поле битвы, строительство, растительный мир, разграбление*. Что касается ИР Байдена, в ней были выявлены 6 основных метафорических модели, областями источника которых являются *война, путь, механизм, строительство, растительный мир*. Отметим, что в двух речах присутствуют схожие области источника, однако области цели отличаются в основном по стилистической окраске, имеют разную оксиологическую функцию. У Трампа более выражены концепты борьбы, призыва к свержению системы, негативного отношения к иммигрантам, в то время как у Байдена преобладают концепты единства, процветания, развития, борьбы с пандемией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чудинов А.П. Политическая лингвистика. – М.: Флинта: Наука, 2012. – 283 с.
2. Пешт Г. Анализ инаугурационной речи Дональда Трампа [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eurorussians.com/president-trumps-inauguration-speech/> (дата обращения: 10.03.21)
3. Donald Trump. Inauguration Speech [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://time.com/4640707/donald-trump-inauguration-speech-transcript/> (дата обращения: 10.03.21)
4. Посольство и консульства США в Российской Федерации. Текст инаугурационной речи президента Трампа [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.usembassy.gov/ru/текст-инаугурационной-речи-президента/> (дата обращения: 08.04.2021)
5. Joe Biden. Inauguration speech [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2021/01/20/inaugural-address-by-president-joseph-r-biden-jr/> (дата обращения: 11.03.21)
6. U.S. department of state. Инаугурационная речь Президента Джозефа Р. Байдена [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.state.gov/inauguration-address-by-president-joe-biden/> (дата обращения: 11.03.21)

ресурс] – Режим доступа: <https://www.state.gov/translations/russian/инаугурационная-речь-президента-джо/> (дата обращения: 15.03.21)

7. Голос Америки. Инаугурационная речь Джо Байдена [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.golosameriki.com/a/biden-inauguration-speech/5745210.html> (дата обращения: 15.03.21)

ӨЖ 91(574)

МӘДЕНИЕТАРАЛЫҚ КОММУНИКАЦИЯДАҒЫ ТІЛДІК БІРЛІКТЕРДІҢ ПРАГМАТИКАЛЫҚ МАҢЫЗЫ

Қайрат Г.Д., магистрант

Қазақ Абылай хан атындағы Халықаралық Қатынастар және Өлем Тілдері Университеті,
Алматы, Қазақстан,
kairatgulzhanat@gmail.com

Аңдатпа. Бұл мақалада түрлі қауымдастық өкілдерінің мәдениетаралық коммуникациясы мәселесі қарастырылады. Мақалада мәдениетаралық коммуникация түрлері, олардың лексикалық бірліктерінің прагматикалық байланысы сөз болады. Әр халықтың ана тілінде стилистикалық сипаты ерекше лексикалық бірліктер болатыны белгілі. Мәдениетаралық коммуникацияда қандай да бір материалды ұсынғанда ондағы әрбір сөздің лексикалық мағынасымен қатар прагматикалық мәні, функциясы назарда болатыны жан-жақты қарастырылады.

Түйін сөздер: тіл, мәдениет, коммуникация, тілдік бірлік, прагматика.

ПРАГМАТИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ЯЗЫКОВЫХ ЕДИНИЦ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Қайрат Г.Д., магистрант

Казахский Университет Международных Отношений и Мировых Языков им. Абылай хана,
Алматы

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема межкультурной коммуникации представителей различных общин. В статье речь пойдет о типах межкультурной коммуникации, прагматической связи лексических единиц. Известно, что в родном языке каждого народа существуют лексические единицы, стилистический характер которых уникален. При изложении того или иного материала в межкультурной коммуникации наряду с лексическим значением каждого слова в нем рассматривается прагматическое значение, функция.

Ключевые слова: язык, культура, коммуникация, языковые единицы, прагматика.

THE PRAGMATIC SIGNIFICANCE OF LINGUISTIC UNITS IN CROSS-CULTURAL COMMUNICATION

Kairat G.D., master's student

Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, Almaty

Annotation. This article deals with the problem of cross-cultural communication between representatives of different communities. The article will focus on the types of cross-cultural communication, the pragmatic connection of lexical units. It is known that in the native language of each nation there are lexical units, the stylistic character of which is unique. When presenting a particular material in cross-cultural communication, along with the lexical meaning of each word, it considers the pragmatic meaning, the function

Keywords: language, culture, communication, language units, pragmatics.

Мәдениетаралық коммуникация – әр түрлі ұлт өкілдерінің әрқайсысының жеке тұлға ретіндегі тілдік және мәдени айырмашылықтарының толық және жан-жақты көрінетін тұсы. Онда түрлі тілдік қауымдастықтар өкілдерінің арасында өзара түсіністікке қол жеткізу үшін тілдік және мәдени деңгейлерінің шамалас болуы маңызды. Мәдениетаралық коммуникацияның

сәтті болуы көбіне контекске байланысты болады. Белгілі бір коммуникативтік актіде қандай да тілдік құралдардың таңдап алынуы сол актінің мақсатына, жағдайына, сонымен бірге сөйлеу конвенцияларына байланысты болады. Ұлттық мәдениет, ұлттық мінез-құлықтың көріністері коммуникацияның арқасында өрнектеледі. Коммуникацияның ауызша және ауызша емес символдары белгілі бір халықты, оның сипаттарын, мәдениетін, салт-дәстүрін айқын сипаттап береді. Мәдениетаралық қарым-қатынасқа түскен әрбір коммуникант өзін және әңгімелесушісін «өзінікі» және «бөгде» деп қарастырады. Мәдениетаралық коммуникацияда коммуникант өзін еркін сезіну үшін өзімен тілдік қарым-қатынасқа түскен өзге ұлт өкілінің тек тілін ғана емес, сол ұлттың (елдің) мәдениетін, салт-дәстүрін, ұлттық мінез-құлқын білуге тиіс.

Кез келген тілде эмоционалды бояуы қанық, стилистикалық сипаты ерекше лексикалық бірліктер болады. Олар прагматикалық жағынан анағұрлым маркерленген болады да, ұлттық бояудың неғұрлым анық берілуіне ықпал етеді. Бұл бірліктер ауызекі тілде ерекше байқалады.

Ауызекі сөйлеу стилі күнделікті сөйлеу стилі адамдардың күнделікті өмірінде қарым-қатынас жасау үшін тілдік құралдарды қолданумен сипатталады. М. П. Брандес осы стильдің экстралингвистикалық белгілерін атайды- бұл” ойлаудың нақты объективті тәсілі және мазмұнның нақты сипаты; бейресми, табиғи, қарым-қатынастың сенімділігі; қарым-қатынастың ауызша-диалогтық формасының басым болуы “ (1,1983:208). Бұл стиль тек сөзбен, интонациямен, синтаксиспен, бет-әлпетпен, ым-ишарамен ғана емес, сонымен қатар басқа паралингвистикалық және экстралингвистикалық құралдармен берілетін эмоционалды қанықтылықпен сипатталады.

А.Нойберттің классификациясы бойынша, прагматикалық тұрғыдан, басқа тілдің оқырмандарына белгісіз, коннотативті лексикамен анықталған, тек осы мәдениеттің тасымалдаушылары үшін түсінікті, ел мәдениетінің шындықтарының болуымен сипатталатын көркем мәтіндерді аудару қиын. Ал ауызекі сөйлесу стиліндегі көркем мәтіндерге жеңілдік пен еркіндік тән. Ауызекі сөйлесу стилінде байланыс орнату және эмотив функциялары маңызды рөл атқарады. Мәдениетаралық коммуникацияда бұл функциялар сөзжұмсамдық әрекетінің шарттылығымен, яғни сол мәдени қауымдастықта орнаған нормалар, дәстүрлер, салттарына байланысты көрініс береді. Коммуниканттар арасында байланыстың орнауы тілдік элементтердің үнемі жұмсалыуына, олардың экстралингвистикалық және паралингвистикалық құралдарымен (ым-ишара, дене қимылдары т.б.) алмастырылуына себеп болады. Сондай-ақ бұл стильде сөз қарқындылығы, ойдың дұрыс жеткізілмеуіне және дәл берілмеуіне ықпал етеді.

Э. Г. Ризель ауызекі сөйлеу стилінің дифференциалды жіктелуін келесідегідей ұсынады: 1) әдеби-ауызекі, 2) таныс (қарапайым ауызекі сөйлеу), 3) дөрекі ауызекі. (1,Брандес, 1983). Осы топтарға қатысты қазіргі қоғамымыздағы адамдарды ауызекі сөйлеу мәнеріне қарай топтастырсақ, шартты түрде мынадай: 1) әдеби ауызекі сөйлеу стилінде сөйлейтіндер: күнделікті ресми және бейресми қарым-қатынаста сөздің коммуникативтік сапаларын толық сақтайтын, сөздің мағынасын, астарын түсіне білетін, сөзді орынды-орынсыз қысқартудан аулақ болатын, мәдениетті сөз қолданысын сақтай алатын зиялы қауым өкілдері; 2) қарапайым ауызекі сөйлеу стилінде сөйлейтіндер: қарапайым тілдік қолданыстарды екшеп қолдана алатын, тіліміздің сөздік құрамын талғап қолдана алатын, тұрпайы, қарапайым сөздерді қолданудан аулақ бола алатын қоғамымыздың басым көпшілігі жататын топ; 3) тұрпайы-дөрекі ауызекі сөйлеу стилінде сөйлейтіндер: сөйлеу мәнерінде тұрпайы сөздер мен жаргон сөздерді, қарапайым сөздерді жиі қолданатын, тілді орынсыз шұбарлайтын, сөздерді орынсыз қысқартып, бұрмалайтын топ жатады. Бұл топқа қазіргі қала жастары, ауылдан қалаға келіп әлі де қала өміріне сіңіп кете алмай жүрген ауыл жастары, Кеңес Одағы кезінде орысша білім алып, қазақ тілінің нәрін әлі де сезіне алмай жүрген қала тұрғындары жатады.

Жалпы алғанда, күнделікті-ауызша қарым-қатынас стиліне: адам өмірінің тұрмыстық аспектілерінің ерекшелігіне байланысты тілдік сөйлеу құралдарының нақтылығы, көрнекілігі, қарапайымдылық пен эмоционалдылығы, жеңілдігі тән. (1, Брандес, 1983)

Ауызекі сөйлеу стилі көркем әдебиетте елеулі орын алады. Көркем шығарма мәтіні халықтың әлеуметтік, мәдени, тарихи өмірін бейнелеумен қатар, адамның қоршаған ортаға қатысты білімі мен танымын, түсінігін, тәжірибесін, адамдар арасындағы әлеуметтік қарым-қатынастарды да көрсетеді. Жазушы осының барлығын суреттей отырып, табиғи-коммуникативтік шарттар жасайды, яғни коммуникацияға қатысушылар өздерінің әлеуметтік рөліне сәйкес әрекет етеді, сөйлейді, тілдік қарым-қатынасқа түседі. Мәдениетаралық коммуникацияда лексикалық бірліктердің прагматикалық байланысы бөгде тіл иесінің хабарламаны барынша дұрыс түсінуімен байланысты. Күшейткіш мәнді лексика осы мақсатта жиі қолданылады. Сөйтіп сөздің эмоционалдылығы, экспрессивтілігі, коммуникативтік мазмұндылығы сөз мағынасындағы бір белгіні (сол жағдаяттағы маңызды деп саналатын бөлік) қарқындандыру есебінен арта түседі. Қолданысқа түскен стилистикалық бейнелі лексика номинативті мағынасынан коннотативті мағынаға ауысуы тек эмоционалды-экспрессивтік реңкті тудыру үшін, соған қажетті тілдік бірлік ретінде алынбайды, экстралингвистикалық факторларымен қоса стиль жасайтын мәнерлі форма тудыратын қызметіне, тәсіліне байланысты болып келеді.

Д.Әлкебаева: «Ауызекі сөйлеу стилінде сөйлеу субъектісі – адресант және қабылдаушы, адресат. Адресант пен адресат прагматикалық факторға жатады, ерекше стиль түзуші тәсіл болғандықтан, прагматиканың орталық категориясына кіреді. Ауызекі сөйлеу стилінде прагматикалық бағдар ерекше рөл атқарады. Ауызекі сөйлеу стилінде адресант стилистикалық мүмкіндіктерді адресатқа ықпал етіп жеткізу үшін жаңа білім қорын игеруі қажет, ол стильдік фон деп аталады. Ауызекі сөйлеу стилінде прагматикалық фактордың қатарына жататын тыңдаушыға айрықша көңіл аударуды қажет етеді», – дейді [2,57.].

Көркем әдебиет стилінде ерекше стильдік қызмет атқаратын - қайталамалар. Жазушы, ақын нақты бір сөзді бірнеше рет қайталау арқылы сол оқиғаның, көңіл-күйдің т.б. маңызын, мәнін, мазмұнын ашу мақсатында сол сөздің стильдік реңкін қоюландырып, сол сөздерге ерекше стильдік бояу арта отырып қолданады. Мұндай қайталамалар қазақ әдебиетінің ірі классиктері Ж.Аймауытов, Ғ.Мүсірепов, О.Бөкей шығармаларында жиі кездеседі. Мұндай қолданыс - осы жазушылардың көркемдік тәсіл ретіндегі стильдік қаруының бірі [3.61.].

«Ауызекі сөйлеу стилінде де қайталаулар молынан ұшырасады. Қайталаулар – көркем әдебиет стилінде суреткердің стильдік ерекшелігі ретінде танылатын стилистикалық тәсіл, ауызекі сөйлеу стилінде мәнерлілік қасиеті айтылған ойға параллельдік қатар түзу үшін пайдаланылады. Мысалға айтқанда, *«Қазір бәрі өзгерді, өмір өзгерді, заман өзгерді, мода өзгерді, адам да өзгерді, ниеті де өзгерді, пигылы да өзгерді»* немесе *«Заман жақсарды, өмір жақсарды бәрі де жақсарды»* деген сөйлемдердегі бірінші қайталау өзгерді сөзін сөйлеуші бірнеше рет қайталап айтады, сол арқылы көлемді құбылыстың сырын баян етеді, ал екінші сөйлемде қайталау болып тұрған сөз жақсарды, ол бар-жоғы екі-ақ рет қайталанып тұрғанымен заман мен өмірге ортақ зат пен құбылыстың жақсарғанын көрсету үшін қолданылып тұр» [2,59.].

Мұндай қайталауларды стилистикалық тұрғыдан кейбіреулер дұрыс емес деп есептеуі мүмкін. Алайда бүгінгі таңда тек көркем әдеби шығармада ғана емес, газет мәтіндерінде де жиі кездесетін стильдік ерекшелік деп те айтуға болады. Бұл әдіс бүгінде газет мәтінінің прагматикалық әсерін күшейту мақсатында кең қолданылып жүрген тәсілдердің бірі ретінде қолданыста. Мағыналық құрамында прагматикалық компоненттері бар бірліктерді оқырман жай ғана оқып және түсініп қоймайды, ол бірліктер оқырманның көңіл-күйіне әсер етеді. Осындай прагматикалық компоненттердің қатарына жататын тілдік қайталамалар ғылыми әдебиетте прагматикалық интенсификаторлар деп аталады [4. 172.]. Ал көркем әдеби шығармалардағы қайталамалар анафора және эпифора деп аталады. Тілдік қайталама немесе реприза деп аталатын мұндай құбылыста жекелеген дыбыстар, сөздер, морфемалар, синонимдер немесе синтаксистік конструкциялар қатар тұрып болмаса арасына бірді-екілі өзге сөздерді ғана кірістіре отырып қайталана жұмсалады. Сондықтан, тіл үйренуші шетел азаматы болған жағдайда оған бейтаныс мысалдар арқылы түсіндіріліп болған соң сол құбылысқа сай келетін қазақ тіліндегі атау немесе номинативтік бірлікті бүкіл сабақ бойы бірнеше рет қайталаудың маңызы зор.

Келесі мәселе – көркем мәтінде қолданылатын ауызекі сөйлеу элементтерін дұрыс аудару және қабылдауға байланысты туындайды. Өзге ұлт, мәдениет өкілі өз тілдік ұжымында қалыптасып орныққан прецедентті феномендерді жақсы білгенімен, өзге тілге қатысты прецеденттік феномендерден (есімдер, атаулар) бейхабар болуы мүмкін. Осыған байланысты үйреніп жүрген тілде жазылған түрлі әдеби-көркем, публицистикалық т.б. мәтіндермен танысу кезінде, қабылдаушы бірқатар кедергілерге тап болатыны сөзсіз. Мәселен, «Бандыны қуған Қайырбек» деген мақала атауын оқыған сәтте С.Сейфуллиннің әңгімесінен хабардар оқырманның есіне бірден қызыл әскер Хамит түссе, ал аталмыш шығармадан бейхабар, бөгде мәдениет өкілі мәтін авторының айтпақ болған ойын тек мақаламен толық танысқанда ғана түсінеді. Көркем мәтінді аударуда осы феномендерді өзге мәдениет өкіліне жеткізу үлкен қиындықтардың бірі болып есептеледі. Мәселен, қазақ халқына етене таныс жомарттығымен аты шыққан – Атымтай, сарандығымен белгілі – Шық бермес Шығайбай немесе баласының бақытынан малын жоғары қойған Қарабай (Баянның әкесі) мен Базарбай (Төлегеннің әкесі) сияқты кісі есімдерін қолдану арқылы жазушы немесе драматург 1-ден, айтпақ болған ойын барынша ықшамдап беруге қол жеткізсе, 2-ден, тыңдарман (көрермен) санасындағы аталмыш образға қатысты білім қорын «іске қосу» арқылы өз ойының әсерлілігін барынша ауқымды түрде жеткізілуін қамтамасыз етеді. Ал түрлі бейнелі қолданыстар мен мақал-мәтелдерді және фразеологиялық бірліктерді түсіндіргенде олардың мазмұнын тікелей аудармай, сипаттамалы түрде беруге болады. Ал аталмыш бірліктердің үйренушінің өз ана тіліндегі баламалары арқылы түсіндірсе, тіпті тиімді болмақ. Сонымен, көп тілді коммуникативті тұлға деген ауқымды ұғымға сай болуы үшін үйренушіге сол тілдің сөздік қорындағы лексемалардың тура және ауыспалы мәндерін білу аздық етеді. Қандай да бір контексте прагматикалық мән жүктелген лексикалық бірліктердің мазмұнын толық түсіну үшін коммуникант сол тіл иесі халықтарының мәдениетінен, атап айтқанда, әдебиеті мен өнерінен хабардар болуы тиіс. Ол үшін ұлт мәдениетінің үлкен саласын құрайтын фольклор мен түрлі драматургиялық т.б. шығармаларды оқып танысудың берері мол. Осы тұста көркем шығарманы оқу – бір басқа, ал онда кездесетін кейіпкерлер есімдерін немесе олардың сөздерін, яғни афоризмдік сипатқа ие болған түрлі қолданыстарды тілдік қарым-қатынас барысында сөйлеу мақсатына сай, орынды қолдана білу – екінші мәселе екенін айта кеткен жөн.

Ауызекі сөйлеу стилінде сөздік қордың барлық қабаттары қатысады. Солардың ішінде барынша бейнелі, мазмұнды, қолданыс аясы барынша кеңі – фразеологизмдер. Жалпы фразеологиялық тіркестер мәдениетаралық коммуникацияны жүзеге асырудың бірден бір негізі. Себебі фразеологизмдер халықтың тұрмыс-тіршілігінің, өмірінің, әлеуметтік жағдайы, мәдениеті, салт-дәстүрінің айнасы. Ауызекі сөйлеу стилінде қолданылатын фразеологизмдердің астарында прагматиканың ықпалы анық байқалады. Мысалы, *басына іс түсу – қиыншылық көру, қылмысты болу – жазаға тарту, құлап қалды – оқуға түсе алмай қалу, қалтасы қалың – ақшасы көп*. Ауызекі сөйлеу стилінде қолданылатын фразеологизмдерде қоғамның тынысы, өмірі, өзгерісі, өмірдің сан алуан жақтары, адам мен табиғат, адам мен қоғам арасындағы қатынастар айшықталады. Бұл күнде кейбір фразеологизмдердің заманның ағымы мен өзгерісіне қарай прагматикасы қалыптасты. Мысалы, *көз майын тауысу – көп оқу, кешке дейін салпақтау – жұмыс іздеу, ақ тер қара тер болу – тіршілік етуге әрекет ету, барар жер, басар тауы қалмау – пәтер іздеу, ит болу – әуре-сарсаңға түсу* т.б. Ауызекі сөйлеу стиліндегі фразеологизмдердің басты ерекшелігі сөйлеу жағдаяттарына жіне де әлеуметтік-психологиялық жағдайларына тікелей байланысты. Фразеологиялық тіркестерді қолдану барысында интонация ерекше рөл атқарады. Интонациямен берілетін әуен адамның ойын, сезімін білдіреді және оның прагматикалық әсері де аса күшті болады.

Қорытындылай келе, тілдер мен мәдениеттердің өзара әрекеттесу процесінде аударма сәтті мәдениетаралық қарым-қатынас құралы және шарты ретінде маңызды рөл атқарады. Мәдени бағыттағы аударма мәдени ақпаратты беру құралы ретінде түсініледі, ал аударманың прагматикалық аспектісі мәдениаралық қарым-қатынас жағдайында өзара түсіністік пен барабар мінез-құлық актісінде маңызды рөл атқарады. Бұл зерттеу осы мәдени қауымдастықтың мәдени дәстүрлерін, нормаларын, құндылықтарын сақтау, беру және белгілеу құралы бола

отырып, тілдің мәдениет жүйесінде белгілі бір және маңызды орын алатындығын растайды. Бүкіл мәдениет белгілі бір адамдар өмір сүретін біртұтас кеңістік ретінде тілдің мазмұндық жоспарында ұсынылған және көрініс табады, бұл белгілі бір жолмен мәдениетаралық қарым-қатынасты түсінуге әсер етеді. Белгіленген прагматикалық фактор лексикалық, грамматикалық, синтаксистік бірліктер деңгейінде тілдік ережелерді коммуникативті жүзеге асыру тұрғысынан мәдениетаралық қарым-қатынас бойынша серіктестердің өзара түсінушілігін анықтайды. Мәдениетаралық коммуникация процесінде әртүрлі тілдер мен мәдениеттер өкілдерін прагматикалық түсіну тілдік бірліктердің тілішілік прагматикасынан туындайтыны анықталды. Осылайша, мәдениетаралық қарым-қатынас жағдайындағы сөйлеу актісі қарсылас халықтың мәдениетін білуден туындаған ерекшеліктерге ие болады.

ӘДЕБИЕТ

1. Брандес М.П. Стилистика немецкого языка. – М.: Высшая школа
2. Әлкебаева Д.А. Қазақ тілінің прагматистикасы: Оқулық. – Алматы. Қазақ университеті, 2014.
3. Жұмағұлова А.Ж. Ғ.Мүсірепов әңгімелерінің кейбір көркемдік ерекшеліктері, мақала. ҚазҰУ Хабаршысы (филология сериясы), 2014. – №6 (152). – 61-б
4. Есенова Қ. Қазіргі қазақ медиа-мәтінінің прагматикасы. – Алматы, 2007.
5. http://www.rusnauka.com/11_NPE_2013/Philologia/3_133272.doc.htm

ӨЖ 91(574)

ФРАЗЕОЛОГИЗМДЕРДІ ЗЕРТТЕУДІҢ ТАНЫМДЫҚ АСПЕКТІСІ

Ағыбай А.Ә., магистрант

Абылай хан атындағы Қазақ Халықаралық Қатынастар және Өлем Тілдері Университеті, Алматы
anar.agybay@gmail.com

Аңдатпа: Мақалада қазіргі жаңа парадигмаға сәйкес, фразеологизмдерді зерттеудегі танымдық аспектілеріне мән беріледі. Атап айтқанда, фразеологизмдер когнитивті лингвистика, лингвомәдениеттану тарапынан қарастырылады. Сонымен қатар, фразеологизмдердің қазақ және ағылшын тілдеріндегі баламалары қарастырылады. Оның тұлға бойындағы әлемнің тілдік бейнесінің қалыптасуына әсері талқыланады.

Түйін сөздер: тіл, концепт, мәдениет, әлемнің тілдік бейнесі, фразеологизм, лингвомәдениеттану.

КОГНИТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

Ағыбай А.Ә., магистрант

Казахский Университет Международных Отношений и Мировых Языков им. Абылай хана, Алматы

Аннотация: В статье особое внимание уделяется когнитивным аспектам изучения фразеологии в соответствии с современной парадигмой. В частности, фразеология рассматривается с точки зрения когнитивной лингвистики и лингвокультурологии. Кроме того, рассматриваются эквиваленты фразеологии на казахском и английском языках. Обсуждается его влияние на формирование языковой картины мира у личности.

Ключевые слова: язык, концепт, культура, языковая картина мира, фразеология, лингвокультурология.

COGNITIVE ASPECTS OF STUDYING PHRASEOLOGICAL UNITS

Agybay A.A., master's student

Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, Almaty

Annotation: The article pays special attention to the cognitive aspects of the study of phraseology in accordance with the modern paradigm. In particular, phraseology is considered from the point of view of cognitive linguistics and linguoculturology. In addition, the equivalents of phraseology in the Kazakh and English languages are considered. Its influence on the formation of a linguistic picture world is discussed.

Key words: language, concept, culture, linguistic picture of the world, phraseological unit, linguoculturology.

Қазіргі таңда халықаралық қатынастар аясында орын алып жатқан мәдениетаралық қатысымдарда әр ұлттың өзіндік ерекшеліктерін көрсететін тілдік бірліктер арқылы, ұлттың мәдени танымын антропологиялық фактор арқылы қарастыру қажеттілігі туындауда. Осындай тілдік қарым-қатынастарда сөйлеген сөзіміз әсерлі, көркем болуы үшін және тыңдаушылардың назарын өзімізге аударуға септігін тигізетін – фразеологизмдер. Белгілі бір мәдениетті өзінің тілі сияқты ештеңе анықтай алмайды, ал қоғамның құндылықтары мен наным-сенімдірін қамтитын тілдік құралдары – оның идиомалары мен тұрақты тіркестері болып табылады. Тілдің фразеологиялық құрамы мәдени білімді жинақтайды және халықтың мәдени-тарихи тәжірибесін және тілдің даму ерекшеліктерін айқын көрсетеді.

Тіл мәдениеттің болмысын айқындайтын құрал ретінде қарастырылады. Тіл мен мәдениеттің өзара ұштасуы тұлғаның әлемнің тілдік бейнесін қалыптастырады. Әлем бейнесін тіл арқылы бейнелеуде концепт ретінде танылған ұғыммен мағыналық байланыста болатын фразеологизмдердің маңызы ерекше. Себебі фразеологизмдер ұлттың тұрмыс тіршілігін, өмірден алған сабақтарын, даналығы мен өнегелігін сипаттайды. Жоғары айтылғандарды ескере келе, гуманитарлы зерттеулерді когнитивті, лингвомәдени тұрғыдан қарастыру тенденциясы жүріп жатқанын айтып кеткен абзал.

«Танымдық (когнитивтік) ғылым» термині алғашқыда белгілі бір ақпаратты қабылдап, оны белгілі бір өңдеуден өткізіп, мида сақтай отырып, қажетті кезінде оны қолдану нәтижесінде адамның миында білім қыртыстарының қалыптасу және толығу процестерін зерттейтін ғылыми пәндер жиынтығын айғақтау үшін енгізілген. Демек, танымдық ғылым — адамдардың қоршаған дүниені қабылдау және танымдық қызметтерінің пайымдау нәтижесінде белгілі бір жүйеге келтіріп, біздің санамызда белгілі бір жүйеге түсіріліп «жазылып», менталды, яғни танымдық процестердің негізін құрайтын білім мен таным туралы ғылым. Көбінесе танымдық ғылымның адамның ми қыртыстарына әртүрлі жолдармен келетін білімнің қалай «жазылу» жолдары мен сол ақпараттардың белгілі бір өңдеуге түсу жүйелерін зерттейтін ғылым деген ықшам түріндегі анықтамасын қолданады (Ислам, 2004). Дәл осы когнитивті көзқарас аясында фразеологиялық бірліктің мағынасы конструкция ретінде ғана емес, тілдік сананың қасиеті, тіл кодының бірлігі, нақты ақпарат көзі ретінде қабылдана бастайды.

Филология ғылымының докторы, профессор, мемлекеттік сыйлықтың лауреаты Байынқол Қалиұлы, фразеологизмге – екі немесе одан да көп сөздердің тұрақты түрде тіркесуі арқылы жасалып, ауыспалы, бейнелі мағынаны білдіретін сөз тіркестері деген анықтама берді. Мысалы, соры сорпадай қайнады (бақытсыздыққа тап болды, қасіретке ұшырады) – көзі ашылды (сортан арылды, жолы ашылды, қолайлы жағдай туды), бетінен оты шықты (қызарды, қысылды, ұялды) – беті бүлк етпеді (ұялмады, бедірейіп тұрды, арсыздығын көрсетті), үміт етті (күдерін үзбеді, дәме қылды) – үмітін үзді (күдерін үзді, болады-ау деген ойынан шықпады), сабыр етті (шыдам, төзім білдірді, асығыстық жасамады) – дегбірі қалмады (шыдамсызданды, асып-састы) т.б.

Лингвистикалық тұрғыда грамматикалық формаларсыз сөздерді есте сақтау қиын. Сөз – материал болса, оның өкілі даяр тіркестер. Фразеологияның теориясында аса қажетті факторлар:

1. тіркестерде тұрақты лексемалардың болуы;
2. тұрақты грамматикалық формалардың сақталуы;
3. ассоциацияның болу (Смағұлова, 2020).

Осы орайда, лингвистикадағы қазіргі танымдық бағытты алға тарта, филология ғылымдарының докторы Смағұлова Г.Н. өзінің «Қазақ фразеологиясы» атты монографиясында «когнитивтік фразеология» ұғымын ұсынып, оған фразеологизмдердің семантикасын тілдік және тілдік емес ақпараттар арқылы дүниені қабылдау, сонымен қатар, тіл иесінің менталдық болмысының ерекшеліктерін терең, жан-жақты қарастыруға мүмкіндік береді деген сипаттама берді. Яғни ұсынылған ұғым когнитивтік қатысымдық жағдаяттарды сипаттайтын

фразеологизмдердегі концепттерістерді анықтау арқылы ментальдық модельдерді көрсетуді мақсат тұтады (Смағұлова, 2020). Бұл дегеніміз, әлемнің тілдік бейнесін қалыптастыруда түрлі бейнелер концептілік құрылым түзеді дегенді білдіреді. Мысалы, елімізде «адам» сөзінің түсінігі келесі тіркестермен бейнеленеді:

- Ер адам – еркек кіндікті;
- Әйел – үйдің қазығы;
- Жігіт – тепсе темір үзер;
- Қыз – үріп ауызға салғандай және т.б.

Осылайша, концептуалды жүйе болмыс пен мәдени тәжірибелерге тәуелді болады және оны зерттеуде лингвомәдениеттану маңызды рөл атқарады. Тіл мен мәдениеттің арақатынасын мойындай отырып, көптеген отандық және шетел зерттеушілері, адам қызметінің барлық аясындағы өзгерістерге әсер ететін лексико-семантикалық деңгейіне ерекше мән берген (Кондубаева, 2014). Лингвомәдениеттану кез-келген тілдік құбылыстың табиғатын, оның тек тілдік заңдылықтарына сүйене отырып қана қоймай, сонымен қатар халықтың мәдениетіне, дүниетанымына, салт-дәстүріне, ұлттық болмысына назар салады. Тіл – мәдениеттің өмір сүру формасы болса, мәдениет – оның ішкі мәні. Лингвомәдениеттанудың антропологиялық өзектілігі тіл мен мәдениеттің байланысын, тілдің мәдениетті сақтау, сипаттау, жарыққа шығару кешенділігін зерттейді.

Фразеологияға байланысты лингвомәдениеттанудың басты міндеті — «табиғи тілдің бірліктері болып табылатын фразеологизмдер мен мәдениет тілінің мәдени семантикасы арасындағы арақатынас механизмдерін зерттеу және сипаттау» болып табылады. Мәселен, ағылшын және қазақ тілдеріндегі кейбір фразеологизмдердегі мәндес ұғымдарды білдіретін баламалар біркелкі немесе ұқсас белгілер мен біртектес салыстырулар негізінде қалыптасқан. Мысалы, «make someone's hair stand on end» - (біреудің шашын түбінен тұрғызу) «төбе шашы тік тұру» «зәресі ұшу» мәнінде қолданылса, «make one's head turn» -(басын айналдыру), алдап арбау, ойлауға мұршасын келтірмеу, ғашық ету мәнінде қолданылады, «open one's eyes» - (көзін ашу) «түсіну, үйрету, ақыл қосу» мағынасын береді (Жамбылқызы, 2015). Бұл тұста айта кететін маңызды мәселе, ұлттық реңктегі фразеологизмді тек образдық негізінің айырмашылығына ғана қатысты түсінбейміз. Образдық негіз шындығында да танымның ұлттық ерекшелігімен сипатталатын жағдайда ғана оны ұлттық реңктегі тілдік белгі ретінде анықтаймыз. Мысалы, жуас мағынасындағы әртүрлі тілдердегі тұрақты тіркестерді қарастырсақ: «қой аузынан шөп алмас», орысша «и мухи не обидит», ағылшынша «can't say no to a goose» (тура аудармасы – қазға шәйт дей де алмайды) — әр фразеологиялық тіркестің образдық негіздері әртүрлі, бір жағынан, олардың біріншісі мен соңғысы белгілі бір халықтың тұрмыс тіршілігі немесе шаруашылығынан хабардар болуы мүмкін, бірақ оларды ұлттық реңкте деп айтуға болмас (Ислам, 2004). Демек, лингвомәдениеттанудың маңызды бөлігі – ұлттың қоршаған болмысы, реалиялары мен тарихи-мәдени құбылыстарының тілдегі саналы көрінісі. Сондықтан да, тіл мен мәдениет өте тығыз қарым-қатынаста болады. Бұл біріншіден, тіл мәдениеттің құрамдас бір бөлігі болып табылатындығында болса, екіншіден, сол тіл арқылы мәдениеттің өзіндік көрініс табатындығында және бұған қоса, тіл өз алдына дербес жүйе түзей алуында (Ислам, 2004). Бір қатар зерттеушілердің түсінігі бойынша, қай халықтың болсын, белгілі бір зат не құбылыс жайындағы түсінігі бірдей, тек тілі басқа. Ендеше мұндай жағдайда белгілі бір ұғымды беруге септік жасап тұрған жеке сөздерді аударуға тырыспай, сол компоненттер жеткізіп тұрған ойды жеткізу қажет. Мәселен, бір тілдегі мақал-мәтелдердің баламасын екінші тілде табу болады, мысалы, «East or west home is best» – «В гостях хорошо, дома лучше» – «Өз үйім өлең төсегім», «If you run after two hares, you will catch neither» – «За двумя зайцами погонишься, ни одного не поймаешь» – «Екі кемнің басын ұстаған суға кетеді», «There is no smoke without fire» – «Нет дыма без огня» – «Жел болмаса, шөптің басы қозғалмайды» және т.б.

В.Н.Телияның пайымдауынша кез-келген тілдер жүйесіндегі фразеологизмдер мәдени белгілердің экспоненттері ретінде қабілетті екендігін, фразеологизмдердің ұлттық-мәдени

дүниетанымға синхронды түрде еніп қана қоймай, оның фрагменттерін ұрпақтан ұрпаққа табыстаушы ретінде жеке тілдік тұлғаның, сондай-ақ тілдік ұжымның дүниетанымын қалыптастыруға қатысатынын айтады (Телия, 1993). Яғни, оның тұжырымына сәйкес тілдің фразеологиялық құрамы – бұл лингвомәдени бірлестік өзінің ұлттық ерекшелігін анықтайтын айна, нақтырақ айтқанда, фразеологизмдер тұлғаларға әлемге және жағдайға деген қандай көзқарас таныту керектігін бағыттайды.

Фразеологиялық ұғымды құру мен сипаттау көбінесе тілдік фразеологиялық бірліктердің ұлттық және мәдени ерекшелігін анықтауға бағытталады, бұл фразеологизмдерді зерттеудің когнитивтік тәсілі – жаңа түсініктеме алған дәстүрлі проблемасы. «Когнитивті» ғылыми қызығушылық шеңберіне фразеологиялық бірліктердің танымдық микроқұрылым ретінде ауқымды когнитивті құрылым-тұжырымдамамен қатынасы туралы мәселе кіреді (Гусельникова). Бұл мәселенің шешімі қазіргі фразеология саласындағы бірқатар жұмыстардың мәдени бағытта зерттелуінде жатыр.

Ғылыми парадигманың өзгеруі фразеологиялық бірліктердің анықтамасының өзгеруіне ықпал етті. Фразеологиялық бірліктерді тек тілдік жүйенің бірлігі ретінде қарастырып келген «дәстүрлі» зерттеулерге қарағанда, когнитивті тұрғыда, фразеологизмдер тілдік құбылыс ретінде қарастырылады. Дәл осы когнитивті көзқарас шеңберінде фразеологиялық бірліктің мағынасы конструкция ретінде ғана емес, нақты ақпарат көзі ретінде қабылдана бастаған, тілдік код бірлігі ретінде қолданылады (Смағұлова, 2020).

Қорыта айтқанда, фразеологизмдер белгілі бір мәдениеттің тұрмысын, салт-дәстүрін, жалпы мәдениеті мен болмысын суреттейтін тілдік құбылыс болып келеді. Заманауи тенденцияға сай, фразеологизмдерді де, басқа ғылым салалары секілді когнитивті зерттеу әдістері бойынша, адам баласының танымдық ерекшеліктерін ескере отырып зерттеу өз жалғасын табуда. Себебі осы әдіс адам санасының қалай ұйымдасқанына, әлемді қалай танитынына, менталдық кеңістіктегі болып жатқан құбылыстарға зең қояды. Жоғарыда атап кеткендей, фразеологизмдер ұлттың мәдени айнасы болғандықтан, оны когнитивті лингвистика және лингвомәдениеттану салаларының аясында зерттеу басым болып келеді.

ӘДЕБИЕТ

1. Қалиұлы Б. Фразеологизмдер неге біріктіріліп жазылды? <http://anatili.kazgazeta.kz/news/35155> 28.01.2016
2. Смағұлова Г. Қазақ фразеологиясы лингвистикалық парадигмаларда. <https://www.kaznu.kz/content/files/pages/folder21141/Verstka.pdf> – 2020. – 48, 51 б.
3. Ислам А. Лингвомәдениеттану: тіл мәдениет контекстінде <https://www.twirpx.com/file/3217063/> – 2004. – 24, 33, 205 б.
4. Кондубаева А.С. Лингвомәдени-таңбаланған лексиканың әлемнің тілдік бейнесінің қалыптасуындағы рөлі (қазақ және ағылшын тілдеріндегі тұрмыстық лексика негізінде) <https://www.ablaikhan.kz/images/content/science/dissertation/works/kondubayeva.a.s-com-ru.pdf>
5. Телия В.Н. Культурно-национальные коннотации фразеологизмов// Славянское языкознание. XI международный съезд славистов. М., 1993.-308 б.
6. Гусельникова О.В. Когнитивный аспект изучения фразеологии <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyy-aspekt-izucheniya-frazeologii>
7. Нурсеитова А.А. Ұлттық-мәдени сипаттағы фразеологизмдердің семантикасы (Ш.Құдайбердиев шығармалары негізінде) http://www.rusnauka.com/7_NITSB_2014/Philologia/7_162273.doc.htm
8. Жамбылқызы М. Қазақ және ағылшын фразеологизмдерінің зерттелу тарихы//ҚазҰУ Хабаршысы. <https://articlekz.com/kk/article/23406>

ПРАГМАСТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Бигожаева А.Б. магистрант

Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана,
Алматы, Казахстан,
bota98.kz@mail.ru

Аннотация. В данной научной работе рассматриваются фразеологизмы в политическом дискурсе. Целью данного исследования является выявление прагматилистического аспекта фразеологизмов в речах политических деятелей. Автор данной работы исследует основные функции фразеологизмов и раскрывает прагматические особенности фразеологических единиц в разговоре, в которых они служат инструментом, используемым индивидами для достижения определенных коммуникативных целей. Научная новизна заключается в приведении сравнительно-сопоставительного анализа фразеологизмов в речах политиков. В заключении исследования будут выявлены основные особенности и функции фразеологизмов в политическом дискурсе.

Ключевые слова: фразеологические единицы, политический дискурс, положительная оценка, отрицательная оценка, слова- синонимы.

THE PRAGMATILISTIC ASPECT OF PHRASEOLOGICAL UNITS IN POLITICAL DISCOURSE

Bigozhaeva A. B. Master's student

Kazakh Abylai Khan University of International Relations and
World Languages., Almaty, Kazakhstan,
bota98.kz@mail.ru

Abstract. This scientific work examines phraseological units in political discourse. The purpose of this study is to identify the pragmatilistic aspect of phraseological units in the speeches of politicians. The author of this work examines the main functions of phraseological units and reveals the pragmatic features of phraseological units in a conversation, in which they serve as a tool used by individuals to achieve certain communicative goals. The scientific novelty is in the comparative analysis of phraseological units in the speeches of politicians. In the conclusion of the study, the main features and functions of phraseological units in political discourse will be identified.

Key words: phraseological units, political discourse, positive assessment, negative assessment, synonyms.

САЯСИ ДИСКУРСТАҒЫ ФРАЗЕОЛОГИЗМДЕРДІҢ ПРАГМАСТИЛИСТИКАЛЫҚ АСПЕКТІСІ

Бигожаева А.Б. магистрант

Абылай хан Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті, Алматы, Қазақстан,
bota98.kz@mail.ru

Аннотация. Бұл ғылыми жұмыста саяси дискурстағы фразеологизмдер қарастырылады. Бұл зерттеудің мақсаты - саяси қайраткерлердің сөйлеген сөздеріндегі фразеологиялық бірліктердің прагматилистік аспектісін анықтау. Бұл жұмыстың авторы фразеологиялық бірліктердің негізгі функцияларын зерттейді және сөйлеудегі фразеологиялық бірліктердің белгілі бір коммуникативті мақсаттарға жету үшін адамдар қолданатын құрал ретінде қызмет ететін прагматикалық ерекшеліктерін ашады. Ғылыми жаңалық-саясаткерлердің сөйлеген сөздеріндегі фразеологиялық бірліктерге салыстырмалы-салғастырмалы талдау жасау. Зерттеу қорытындысында саяси дискурстағы фразеологиялық бірліктердің негізгі ерекшеліктері мен функциялары анықталады.

Түйін сөздер: Фразеологизм, саяси дискурс, оң бағалау, теріс бағалау, синонимдік сөздер.

В настоящее время в период глобализации, информатизации, когда растет вовлеченность в политику, актуальным становится понятие политического дискурса, его типологии и жанров, концептов политики, семантики и синтаксиса политических текстов. Исходя из прагматилистического и лингвокультурологического подходов, политический дискурс –

это мультимерный комплекс речевых действий в социальном, культурном и историческом пространстве, на достижение которого ориентируется выбор лингвистических средств, особую роль среди которых играют фразеологические единицы.

Основная часть: ныне существующий политический дискурс в своей части использует два вида фразеологических единиц:

а) обозначающие исключительно политическую проблематику (первое лицо, политика двойных стандартов, дипломатия большой дубинки, закулисные переговоры, предвыборная гонка, carrot-and-stick diplomacy, stand in elections, splintered party, peacetable, waroncoal) и

б) связанные с другими сферами жизни общества, социально-бытовые (выбраться из тупика, испытывать на прочность, двигаться в правильном направлении, бросать вызов, stand shoulder-to-shoulder, to meet the challenges, big-money donor, hit a nerve).

И нетрудно догадаться, что в количественном эквиваленте превалирует использование фразеологических единиц «социально-бытового» характера.

Возможно, это объясняется стремлением как русскоязычных, так и англоязычных изданий разбавить чисто политическую язык текстов более знакомыми и обиходными для простого читателя выразительными средствами, которые они легко могут вызвать из памяти.

Как отмечает Н. В. Баско, одной из главных особенностей фразеологической единицы как языкового средства, обеспечивающего межкультурную коммуникацию, является бóльшая информативная насыщенность чем их слово-синоним [1, с. 177]. «Значение идиом всегда богаче, чем значение синонимичного слова (или слов). А это значит, что значение идиом всегда более оснащено подробностями, чем слова». Например, русский фразеологизм «*красная черта*» имеет слова-синонимы «*граница, рубеж*», которые означают разграничительную линию, которую нельзя пересекать. В политическом дискурсе ставший популярным в XX–XXI вв. фразеологизм, не без влияния периода холодной войны, обозначает также предел терпения одной из сторон – позиции, при нарушении которой «безопасность более не гарантирована». В целях воздержания оппонента от каких-либо необратимых действий обычно главой государства или его доверенным лицом делается открытое заявление, которое предполагает длительное предварительное обсуждение. «Мы констатировали факт, что эта оставшаяся масса радикализировалась, мы четко видим организаторов и тех, кто воплощает эти идеи. Последние несколько дней свидетельствуют о том, что по многим направлениям они эту красную черту перешли.», – приводятся слова президента Белоруссии Александра Лукашенко (о действиях протестных масс в Минске, политический кризис в Белоруссии в 2020 г.) в новостных источниках. Английский фразеологизм «*cut corners*» имеет синонимы «*save; economize*», выражающие разумные расходы, стремление сохранить имеющееся, бережливость, экономию средств. Однако фразеологизм также обозначает непорядочные или увертливые действия человека / группы людей или компании во имя сохранения капитала/состояния, что сказывается на репутационных издержках. **Budget have less money this year. Government will have to cut corners in order to save money (Бюджет получил мало денег в этом году. Правительству придется затянуть пояса, чтобы сэкономить средства).**

Образность фразеологической единицы, еще одна ее особенность, наглядно представляет соответствующий фрагмент или явление действительности в человеческих знаниях о ней; содержит *стереотипные или ассоциативные представления народа, парадоксы*, ориентированные на окружающую действительность. Большинство политических фразеологизмов имеют в своей семантической структуре типовой образ, основанный на *метафорическом переносе*, что позволяет усилить *экспрессивный потенциал*. Например, в политическом контексте русский фразеологизм «*постановка на якорь*» означает исходную позицию сторон при начале переговоров, которая будет тормозить переговоры при изменении обстоятельств и мешать достижению соглашения. В значении политического фразеологизма проецируются основные свойства якоря как конструкции для удержания корабля или другого плавающего объекта на одном месте. Другой фразеологизм «*колос на глиняных ногах*»

выражает что-либо величественное с виду, но по существу слабое. Происхождение данного выражения связано с Ветхим Заветом, где говорится о вавилонском царе Навуходоносоре, кому приснился огромный металлический истукан на глиняных ножках, который был разбит камнем. Образ такого колосса закрепился за Российской империей в XVIII–XIX вв. и позже был использован относительно Советского Союза в западноевропейской печати. Довольно распространенный в американских новостных блоках фразеологизм «witch hunt» имеет значение «преследовать, охотиться на ведьм», который исторически восходит к XV–XVII вв., когда страдающие от экономического кризиса, голода, чумы и неурожая, европейцы начали связывать причину несчастий с колдовством, в последствие чего преследовались и были казнены тысячи людей, подозреваемых в ведовстве. Образ средневековых ведьм, колдунов и доведенных до абсурда гонений на них легли в основу англ. witch hunt в середине XX века, когда начались массовые преследования американцев, имеющих коммунистские взгляды и в современном политическом дискурсе выражение, означает кампании по дискредитации каких-либо социальных групп по политическим или иным мотивам без должных на то доказательств и оснований. «Donald Trump has claimed that the recent focus on Russia's alleged cyber-meddling in the US election amounts to a political witch hunt» (Дональд Трамп заявил, что сосредоточенность на якобы кибервмешательстве России в выборы в США равносильна «политической охоте на ведьм».) Еще одной особенностью политических фразеологизмов является их эмоциональная *окрашенность и оценочность*; большинство фразеологизмов выражают либо положительную, либо отрицательную оценку фрагмента действительности. Согласно Е. Ф. Арсентьевой, «*одобрительная или неодобрительная оценка*, заключенная в значении фразеологизма, можно объяснить дифференцированной реакцией людей на положительные и отрицательные явления и является интегральным в семантической структуре. Например, фразеологизмы: безгалстучная дипломатия - «с применением военной силы»; политика двойных стандартов - «противоречивая/непоследовательная политика»; голосовать ногами - «не ходить на выборы»; выпустить бразды правления - «утратить власть»; поливать грязью «публично оговаривать другое лицо»; в английском языке: pipe lay «заниматься политическими махинациями»; fall flat on one's face / fail spectacularly / - провалиться с треском «неожиданно терпеть большую неудачу». Эти примеры выражают отрицательное мнение говорящего по поводу названных действий или объектов.

Примерами фразеологизмов с положительной оценкой могут служить: держать марку - «соблюдать принятые нормы, сохранять достоинство»; идти в гору «добиваться все более высокого положения»; завоевать признание - «иметь успех или поддержку у остальных»; make rapid strides - «делать быстрые успехи»; carry an election - «одержать победу на выборах». Как показал анализ исследуемого материала, в обоих языках в политическом дискурсе встречаются больше фразеологизмов с отрицательной оценкой, чем с положительной оценкой. Некоторые ученые объясняют преобладание единиц с неодобрительной оценкой тем, что «человеку постоянно приходится сталкиваться с преодолением недостатков, ошибок, плохого. Потому-то это для него столь значительно и так стойко отражено в языке. А положительность воспринимается как нечто само собой разумеющееся.

Другой характерной чертой фразеологизмов в политическом дискурсе является *нарушение принципа непроницаемости*. Принцип непроницаемости обеспечивает фразеологическим единицам структурную стабильность и монолитность, что делает их легко предсказуемыми в языковой коммуникации. Например, принято говорить прислушаться к голосу разума, вывод на режим, протягивать руку помощи, а не прислушаться к своему голосу разума, вывод на жестокий режим, протягивать щедрую руку помощи, или же в английском языке есть такие фразеологизмы как look the facts in the face «смотреть фактам в лицо», cling to power «цепляться за власть», take a wrecking ball to «наносить ущерб», а не look the very facts in the face, cling to exclusive power, take a wrecking ball to someone и т.д. Однако включение в структуру фразеологизма некоторых компонентов или уточняющих слов является стилистическим приемом для создания

определенного эффекта, что демонстрируют следующие примеры. The prime minister keeps serving up rehashed Brexit promises, but they get ever harder to swallow (Премьер-министр продолжает держать старые обещания по Брекситу, но их становится все сложнее глотать.) Следует отметить, что фразеологизмы в политическом дискурсе отличаются высокой степенью варьирования и подвергаются различным видам преобразований, которые проявляются на всех уровнях вариативности: лексико-грамматическом, синтаксическом и семантическом. Как утверждает Л. А. Вербицкая, «вариативность – обязательная черта языка, она определяется языком, навязывается им» [2, с. 15]. Целенаправленное видоизменение монолитной структуры и семантики фразеологизма нацелено на оживление и усиление их экспрессивной функции. Преобразование фразеологизмов не только позволяет вернуть эффект неожиданности и свежесть восприятия, но и демонстрирует динамизм развития языка [3, с. 152]. Анализ показывает, что в русском и английском политических дискурсах за указанный период наблюдается больше трансформаций лексикограмматического уровня. Чаще всего, встречаются употребление субстантивных компонентов в различных падежах, разных предлогов, единственного и множественного числа, совершенного и несовершенного видов глагола; употребление синонимичных лексем; наличие или отсутствие адъективного компонента; субституция на основе антонимического ряда. Например, Соавторы пакета Клишаса вслух пекутся о национальной безопасности, а в уме, надо думать, держат возможность заткнуть рты оппозиционным медиа... Валенса заявил, что «не позволит закрыть себе рот», добавив еще несколько постов в соцсетях, разоблачающих уже не только обстоятельства авиакатастрофы, но и решение суда. Америка имеет на руках все козыри, для того чтобы выиграть эту партию (по крайней мере, так считают ведущие аналитики). Другие страны также могут предложить льготные условия своих поставок, и в этих условиях России придется максимально эффективно использовать имеющиеся козыри. Ukraine-born Parnas worked with Giuliani to execute Trump's alleged Ukraine pressure campaign, which Trump's critics contend was aimed at getting dirt on his political rival, Democratic presidential candidate Joe Biden. (Уроженец Украины Парнас совместно с Джулиани работали над так называемой кампанией давления Трампа на Украину, которая, как утверждают критики Трампа, была направлена на то, чтобы запачкать его политического конкурента, кандидата в президенты от Демократической партии Джо Байдена.) President Trump delayed military aid to the Kiev government in a quid pro quo to pressure the Ukrainian president to dig up dirt on the Bidens. (Президент Трамп придержал военную помощь Киеву с целью оказания давления на украинского президента, который должен был накопать компромат на Байденов.) A London professor was last night dragged into a special inquiry into Russian interference in the US presidential election over allegations the Kremlin had "dirt" on Hillary Clinton, the Democratic candidate. (Вчера вечером лондонского профессора втянули в специальное расследование вмешательства России в президентские выборы в США по обвинению Кремля в компромете на Хиллари Клинтон, кандидата от Демократической партии.) Примеры показывают, что любая трансформация ведет к расширению структурно-смысловых границ фразеологизмов, которое нацелено на конкретизацию их значения, попытку увязать эмоционально-оценочное значение с неповторимыми условиями контекста, стилистически разнообразить политически зависимую лексику и демонстрировать индивидуальный замысел и творческий потенциал.

Закключение: таким образом основными особенностями фразеологических единиц в политическом дискурсе являются информативная насыщенность, эмоциональная окрашенность и оценочность, образность, нарушение принципа непроницаемости и высокая степень вариативности. Как в русских, так и в английских электронных изданиях, главная функция фразеологизмов заключается в экспрессивизации политического языка, расширении структурно-семантических и стилистических границ политической фразеологии. Фразеологизмы – это уникальные единицы языка, которые способны актуализировать главный замысел контекста, разнообразить его информативные возможности, создавать новые образы и ассоциации, тем самым, вызвать живой интерес у аудитории к фактам политической реальности.

Литература

1. Баско Н.В. Фразеология политического дискурса в аспекте межкультурной коммуникации // Политическая лингвистика. 2017. № 5 (65). С. 175–180.
2. Вербицкая Л.А. Современная русская орфоэпия и орфофония // Русский язык за рубежом. 2011. № 4. С.14–19.
3. Ермакова Е.Н., Прокопова М.В. Трансформация фразеологических единиц в языке СМИ: лингвокреативный потенциал языка спортивного комментатора // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. 2016. № 3. С. 152–154.

УДК: 316.647.8

STEREOTYPES' FRIGHTENING STRENGTH – AND HOW TO DEAL WITH THEM

Makhipirov V.U – the doctor of sciences in philology, professor (scientific supervisor)
Tukhtabayeva U.T., 1-year-master's degree student of Foreign philology
Ablai khan KazUIRWL, Almaty, Kazakhstan
tuhtabaevaur@gmail.com

Abstract. The article discusses the frightening power of stereotypes. The main reasons for the appearance of stereotypes are noted. The article also talks about the negatives and minuses of stereotypes. This article also gives 5 steps of stopping or avoiding stereotypes according to experts. In the article, you can notice the types of stereotypes and whether we should be afraid or worried about them. The main idea of this article is that the causes of stereotypes.

Keywords: stereotypes, culture, real, untrue, power, impact, influence.

ПУГАЮЩАЯ СИЛА СТЕРЕОТИПОВ – И КАК С НИМИ БОРОТЬСЯ

Махпиров В.У., ф.ғ.д., профессор (ғылыми жетекші)
Тухтабаева У.Т., магистрант 1 курса специальности «Иностранная филология»
КазУМОиМЯ им. Абылай хана, Алматы, Казахстан
tuhtabaevaur@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается пугающая сила стереотипов. Отмечены основные причины появления стереотипов. В статье также говорится о негативах и минусах стереотипов. Эта статья также дает 5 шагов, чтобы остановить или избежать стереотипов, по мнению экспертов. В статье вы можете заметить типы стереотипов и то, должны ли мы бояться или беспокоиться о них. Основная идея этой статьи заключается в том, что причины возникновения стереотипов.

Ключевые слова: стереотипы, культура, реальное, ложное, власть, влияние, воздействие.

СТЕРЕОТИПТЕРДІҢ ҚОРҚЫНЫШТЫ КҮШІ - ЖӘНЕ ОЛАРМЕН ҚАЛАЙ КҮРЕСУГЕ БОЛАДЫ

Махпиров В.У., ф.ғ.д., профессор (ғылыми жетекші)
Тухтабаева У.Т., «Шетел филологиясы» мамандығының 1 курс магистранты
Абылай хан атындағы ҚазХҚжӘТУ, Алматы, Қазақстан
tuhtabaevaur@gmail.com

Аңдатпа. Мақалада стереотиптердің қорқынышты күші қарастырылады. Стереотиптердің пайда болуының негізгі себептері атап өтілді. Мақалада стереотиптердің негативтері мен кемшіліктері туралы да айтылады. Сарапшылардың пікірінше, бұл мақала стереотиптерді тоқтату немесе болдырмау үшін 5 қадам жасайды. Мақалада сіз стереотиптердің түрлерін байқай аласыз және біз олар туралы қорқуымыз керек пе, жоқ па. Бұл мақаланың негізгі идеясы-стереотиптердің пайда болу себептері.

Түйін сөздер: стереотиптер, мәдениет, нақты, жалған, билік, әсер, ықпал.

“Girls are not good at maths”, “men are so insensitive”, “Germans are punctual”, “French are romantic”, every day people tend to hear this kind of stereotypical phrases. People are used to having

these phenomena in their daily life. According to them it is absolutely correct if there is a phrase like “stereotypes are like an air, they are not visible, but always present”.

Humans in the 21st century are like in a squirrel wheel, they are flexible, hardworking, and fast. According to this, certainly it is easier to believe in stereotypes, what people say, than examine them.

Believing in wrong, disproven stereotypes can cause a lot of damages, it can be not only mental, but also physical damage too.

About absolutely all of us there are a number of identities, also defined with them, may become stigmatized. Despite being able to introduce myself, the fact that I am obliged to simply stop concentrating interest in standards is often given in no way in this simple way. False views about our capabilities are simply transformed into a speech of indecision for ourselves in our heads, which is difficult to ignore. Also in the past two decades, experts have begun to identify that the given is able to possess unrestrained results for the purpose of our present performance.

This system is defined by what psychology experts call a “stereotypical threat” – the fear of doing something-in this case, something that would prove a negative understanding of the stigmatized category of which we are considered members. This phenomenon was first found by North American public psychology experts in the 1990s.

In the main note, they experimentally showed how racial standards have every chance to affect the mental capabilities. In their own research, black members found worse outcomes than white members of verbal ability studies if they were told that the analysis was “ diagnostic” – “a genuine test of your verbal ability and limitations.” But, if this representation existed, it is excluded, such a result was not noted in any way. Undoubtedly, these people had negative ideas about their own verbal abilities, which affected their effectiveness [1].

Black members also revealed low totals if racial standards existed activated significantly most delicately. It was enough to simply ask the co-conspirators to identify their own race in the previous demographic questionnaire. In addition, under threatening circumstances (electrodiagnostic analysis), black members reported the most significant degree of indecision for themselves than white members.

The results of these standards are very high, and they also apply to all stigmatized categories without exception. The latest study of some previous studies into this problem has revealed that the danger of standards associated with the mental sphere is present in various experimental manipulations, types of research, as well as folk groups-from blacks and Latinos up to Turkish Germans. Multiple studies also combine the danger of standards with the low academic performance of girls according to arithmetic and aspirations for leadership.

Representatives of the Stronger gender are also sensitive. The study revealed that the representatives of the stronger sex revealed the worst results when deciphering nonverbal signals, if the analysis was depicted as well as calculated for the purpose of measuring “social sensitivity”-a standard female skill. But, if the goal existed embedded in the “information processing test “ property, they overcame it much more correctly. In a similar way, if children with poor surnames are reminded of their lowest social and financial status, they do not overcome the studies depicted as well as diagnosing mental capabilities, but not in any other way. There was also the fact that the danger of standards has a great influence on the poor academic performance of immigrants in the field of creating also the memory characteristics of aging people.

It is important to keep in mind that the triggering signals have all the chances to be very light. One study revealed that if the girls considered only 2 ads based on gender standards, with 6 marketing videos, they, as well as the principle, avoided the controlling significance in the second problem. This existed in this way, despite the fact that the marketing skates did not have anything at all unified with leadership.

A typical danger leads to an immoral environment. Stigmatized people feel anxious, which drains their cognitive resources and leads to poor academic performance, evidence of a negative standard, and increased fear [2].

Scientists have found several interdependent elements responsible for this result, the main one being the lack of proletarian memory-the ability to focus on the current problem and to neglect distracting conditions. In the working environment during the danger of the standard has a great impact on physical stress, performance monitoring is also a movement suppression (anxiety is also a standard).

Neuroscientists also measured these results in the brain. If we are affected by the danger of standards, the areas of the brain that are responsible for psychological self-regulation are activated, as well as the social opposite relationship, in this case, the period as well as the dynamism in the areas that are responsible for the implementation of questions is suppressed [3].

But there is faith. Recent studies about this, as well as reducing the danger of standards, reveal several ways in which a change in the standard is considered more obvious. In the final account, this method will eliminate the issue once and for all.

However, changing stereotypes, unfortunately, will often require a period of time. As long as I work on the data, there are ways that can help us overcome the data. For example, noticeable, easily accessible and appropriate modifications for the purpose of reproduction are significant. The second survey referred to the positive "Obama effect" on African Americans. Every once in a while, if Obama attracted the interest of the press according to positive, standards-defying circumstances, the result of the danger of standards was significantly reduced in the exam results of black Americans.

We all, without exception, apply standards, do not reproach yourself for this in any way. Does the given unit mean that everything without exception is in the mode? Most of us agree with this, that the result is missing. However, I can change as well as increase. I can refrain from hypothesizing opinions as well – also familiarize myself with the peoples in the present degree. To what extent would it be perfect if all of us, without exception, made an attempt to perform operations to the greatest acceptance in our existence? [4]

1. Let people in.

Get to know them better! If you are curious to find out about a neighbor, which may seem at first glance somewhat out of place, and, perhaps, unkempt, go say hello. Do not think in any way that they bring problems for you or have difficulties. Give them the opportunity! A wonderful companion can arise around you! We thus also produced-it was discovered that there was a depression near her, there was a postnatal depression near her, also her spouse was rolled out. You never have any idea – you will be able to be with the best and also help them to load!

2. Stop yourself.

In the next one time, if you notice someone – in this case, you will also think: "Oh, she / he is the only one with these" spouses" - become directly next (you will be able to do this!) also ask yourself a question:" For what Reason am I only concerned that there was such a response? What really bothers me about him / her? "Try to reconsider in this case, what you think about them.

3. Put yourself in their shoes.

Do not forget that all, without exception, I will go according to the given existence of my own line. About absolutely all of us there are difficulties, guardianship, problems, catastrophes and triumphs. First of all, rather than reasoning, try to imagine what the given is-to stand out.

4. Find another focus.

Drive yourself into a configuration, borrow your own mind, find a hobby for yourself. Focus your own energy in a positive direction. By the way, about the positive, be positive.

5. Get educated.

Read up on how to deal with stereotypes; read about how they affect others, what they mean. The more you know, the less likely you are to engage in these behaviors.

In conclusion, an elementary understanding of the rampant results that standards have every chance of having can help us to reconsider anxiety and also increase the possibility that we will function more correctly. Admittedly, there is no way I can completely eliminate the standards at the same time, but I can try to clean the airspace with them.

REFERENCES

1. Тен Ю. П. Культурология и межкультурная коммуникация. – Ростов н/Д: Феникс, 2007. – С. 93.
2. Рот Ю. Межкультурная коммуникация: учеб.-метод. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – С. 105.
3. Hort R. Vorurteile und Stereotype. Soziale und dynamische Konstrukte. –Saarbrücken: Verlag Dr. Müller, 2007. –S. 21
4. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации. М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 352 с.
5. Trager G., Hall E. Culture and Communication: A Model and an Analysis //Explorations and Communication. №3, 1954.

УДК 81(308)

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ И КОГНИТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДА

Қыдырәлиева Б.Н.

Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана,
Алматы, Казахстан,
balzhan_98nr2525@mail.ru

Аннотация. В последнее время всё более и более становится актуальным вопрос о правильной передачи смысла и идей великих казахских мыслителей, писавших строго на родном языке для русскоязычной аудитории. Ведь сложно, почти невозможно переоценить все те глубины сокровенного смысла (например, языковые элементы как «реалия»), заложенного в казахских поэмах, эпосах, книгах и журналах. Существуют различные определения понятия «реалия». Теоретики перевода С. Влахов и С. Флорин понимали под термином «реалия» слова и словосочетания, называющие объекты, характерные для жизни (быта, культуры, социального и исторического развития) одного народа и чуждые другому. По их мнению, реалии, будучи носителями национального и/или исторического колорита, как правило, не имеют точных соответствий (эквивалентов) в других языках, а следовательно, не поддаются переводу «на общих основаниях», требуя особого подхода. Чрезвычайно важно: с одной стороны точно, а с другой понятно перевести все эти произведения, не исказив абсолютно ни одной строки. Ситуация осложняется тем, что все вышеупомянутые тексты содержат огромное количество реалий и труднопереводимых выражений, значительно усложняющих перевод. На помощь приходят несколько способов решения данной проблемы, и именно о них пойдёт речь в данной научной работе: будут приведены примеры этих способов, объяснена их суть и будет продемонстрирована гипотеза, что каждый метод работает лучше для своей определённой сферы.

Ключевые слова: перевод, русский язык, казахский язык, реалия, лингвистика.

АУДАРМАНЫҢ ЛИНГВОМӘДЕНИ ЖӘНЕ КОГНИТИВТІК АСПЕКТІЛЕРІ

Қыдырәлиева Б.Н.

Абылай хан атындағы ҚазХҚЖӘТУ, Алматы, Қазақстан
balzhan_98nr2525@mail.ru

Аңдатпа. Жақында орыс тілінде сөйлейтін аудиторияға қатаң түрде ана тілінде жазған қазақтың ұлы ойшылдарының мағынасы мен идеяларын дұрыс жеткізу мәселесі өзекті бола бастады. Өйткені, қазақ өлеңдеріне, дастандарына, кітаптары мен журналдарына тән ішкі тереңдіктің барлығын (мысалы, «реалия» сияқты тіл элементтері) асыра бағалау қиын, кейде тіпті мүмкін емес. «Реалия» ұғымының әр түрлі анықтамалары бар. Аударма теоретиктері С.Влахов пен С.Флорин бір халықтың өміріне (күнделікті өмірі, мәдениеті, әлеуметтік және тарихи дамуы) тән, екінші біреуге жат объектілерді атайтын сөздер мен сөз тіркестерін «реалия» термині деп түсінді. Олардың ойынша, ұлттық және / немесе тарихи дәмді жеткізушілер бола отырып, реалия, әдетте, басқа тілдерде дәл сәйкестіктерге (баламаларға) ие емес, сондықтан «жалпы негізде» аудармаға несие бермейді, сондықтан ерекше тәсіл. Бұл өте маңызды: бір жағынан дәл, және екінші жағынан осы шығармалардың барлығын бір де бір сөзді бұрмаламай аудару

керек. Жағдай күрделене түседі, өйткені жоғарыда аталған мәтіндердің барлығында көптеген реалиялар және аудармасы қиын элементтер бар, бұл аударманы едәуір қиындатады. Бұл мәселені шешудің бірнеше әдісі бар және дәл осы ғылыми жұмыста оларды талқылаймыз: осы әдістердің мысалдары келтіріліп, олардың мәні түсіндіріліп, әр әдіс өз қолданысында жақсы жұмыс істейді деген гипотеза көрсетіледі.

Түйін сөздер: аударма, орыс тілі, қазақ тілі, реалия, лингвистика.

LINGUOCULTURAL AND COGNITIVE ASPECTS OF TRANSLATION

Kydyraliyeva B.N.

Ablai khan KazUIR&WL, Almaty, Kazakhstan

balzhan_98nr2525@mail.ru

Annotation. Nowadays, the issue of the correct conveying of the meaning and ideas of the great Kazakh thinkers, who wrote strictly in their native language for the Russian-speaking audience, has become more and more urgent. After all, it is almost impossible to overestimate all the depths of the hidden meaning (for example, language elements as “realia”), embedded in Kazakh poems, epics, books and magazines. There are different definitions of the concept of “realia”. Theoretical translation of S. Vlachov and S. Florin understood the term “realia” in words and phrases, naming objects that are characteristic of life (life, culture, social and historical development) of one people and another. In their opinion, in reality, they are the carriers of the national and / or historical color, as a rule, do not have exact correspondences (equivalents) in other languages, and, consequently, do not give the translation of “common ground”. On the one hand, it is extremely important to translate all these works both accurately and clearly without distorting a single line. The situation is complicated by the fact that all of the aforementioned texts contain a huge number of realias and difficult-to-translate expressions that significantly complicate the translation. Several ways of solving this problem come to the rescue and they will be discussed in this scientific work. Examples of each method will be given and the sense of each method will be explained. Finally, hypothesis that each method works better for a its own specific field will be demonstrated.

Key words: translation, Russian, Kazakh, realia, linguistics.

В данной статье нам необходимо ознакомиться с целым списком явлений и предметов, существующих в казахоязычном обществе и отсутствующим в русскоязычном, и наоборот. Самые очевидные и заметные различия будут оглашены и проанализированы ниже:

Прежде всего огромная разница проявляет себя в том, что, у обоих обществ были разные виды хозяйств и уклада: у русского общества был земледельческий, а у казахского - скотоводческий. Если сказать это другими словами, то в России был оседлый уклад, а у нас - кочевой. В связи с чем в русском языке отсутствуют такие слова как: *жұт, кереге* и так далее. Также стоит отметить, что такая ситуация особенно ярко выражена именно в скотоводческом секторе слов русского языка, в казахском же языке ситуация куда менее трагичная, так как достаточно долгое время казахский народ пожил оседлым образом жизни, добывая себе пропитание через земледельческое хозяйство. Представители русского народа, в свою очередь, никогда не жили оседлым и скотоводческим образами жизни. Однако, есть и такие термины: «житница», «подкулачник», «бурнус», «трактир». [Родионов Г.В., Костомахин Н.М., Табакова Л.П., 2017, страница 211-212]

Второе огромное различие появилось в следствии разных религиозных конфессий обоих народов, но здесь ситуация прямо противоположна первому пункту. Дело в том, что русский язык за счёт того, что на протяжении многих лет вступал в плотное взаимодействие с чеченцами, татарами, турками, аварцами и многими другими мусульманскими народами России, приобрел огромное количество мусульманских религиозных терминов в свой лингвистический запас, к тому же многие мусульмане в России свои труды публикуют на религиозную тему на русском языке. В связи с чем, в русском языке плотно утвердились такие термины как: *мечеть, намаз, мулла, Рамазан, имам, иман* и так далее. Однако, в Казахстане наблюдается обратное положение дел, казахоязычных христиан очень мало, огромное количество терминов абсолютно не переведено на казахский язык или переведено, но мало кому знакомо: *тезоименитство, риза, рубище, Рождество, священник* и так далее. [А.Т. Сибгатуллина-2010 год. - 67-68]

В данном разделе, будут названы и проанализированы способы и методики перевода вот таких вот неоднозначных реалий. Вот они: прямая адаптация, калька, приблизительный перевод. Поговорим о каждом из них в отдельности:

1) Прямая адаптация. Использование прямой адаптации в русском языке активно использовалось ещё со времён принятия христианства (протоиерей, церковь и многие русские имена). Это утверждение во многом верно и для казахского языка. Практически все части и детали юрты были прямо адаптированы из казахского языка, с учётом фонетических особенностей русского языка, что главным образом выражалось в том, что все специфические звуки казахского языка (ә, і, ө, ұ, ү, ы, ғ, қ, һ, ң) были убраны при переводе. Приведём несколько примеров: шанырак, уык, кереге, тогын, босага, жабык, куйек казык. Стоит отметить, что у многих других кочевых народов есть идентичные термины с абсолютно аналогичным значением (у кыргызов, у бурятов и так далее), но в русском языке нет единого термина для всех этих конструкций, и для каждой конструкции адаптируются термины из разных языков (для монгольской юрты - монгольские адаптации, для кыргызской юрты- кыргызские адаптации и для казахской юрты - казахские термины). Далее, точно такие же прямые адаптации без существенных изменений касаются области кулинарии. Для всех далее перечисленных терминов осуществляются прямая адаптация: *бауырсаки, наурыз коже, бешпармак, сирне, кисе куырдак, куырдак, карма, жаубуйрек, жаппа согым, шелпек, казы, ак-сорпа, нарын, карта, кумыс, шубат, айран, курт, уыз, шалап, шелпек, таба-нан, шек-шек, тандыр-нан, шертпек, талкан, жарма, жент*, и так далее. [А.Т. Сибгатуллина-2010 год. - 76-81]. И, конечно, же это относится к терминам пастухов: жайлау, кузеу, кыстау.

Рассмотрим следующие примеры:

Тұман - туман. Доказательством того, что первоначальным источником данного слова является именно тюркский язык, считается тот факт, что окончание «-ан» распространено именно в казахском. Вот несколько примеров: *жайдарман, майдан, заман, арзан, азан* и так далее.

Қазан – казан. Здесь похожая ситуация, как и со словом «туман», такое же окончание на «-ан» и многие другие детали.

Теңге - деньги. Данное слово «деньги» является прямым потомком тюркского слова *теңге*. Возникает вопрос: как же такое может быть, если деньги на казахском «ақша»? Ответ очень прост: слово «теңге» является староказахским и раньше оно означало «деньги», но на данный момент его понятие в смысле «деньги» бесконечно много, но в наши дни это - название валюты.

Распространённость этого метода связана с тем, что данные слова не имеют никаких аналогов в русском языке, и также с тем, что фонетически не сложные и их не так проблематично произнести русскоязычному человеку, а также с тем, что некоторые из этих терминов уже начали сами попадать в русский язык в районы, приграничных с Республикой Казахстан, помимо этого некоторые из этих терминов начали адаптироваться мусульманскими оседлыми народами и через их языки проникать в русский.

2) Калька. Кальки в русском языке гораздо менее распространены, чем прямые адаптации, однако и они часто встречаются в нём. Наиболее большое число калек в русском языке пришло из французского (*impression* — впечатление) и голландского (*harde schijf*-жётский диск). На данный момент русский язык активно создаёт кальки из английского языка (*It doesn't work that way*- Это так не работает). Хотя казахский язык не является наиболее распространённым поставщиком калек в русский язык, тем не менее, количество калек из русского далеко не маленькое. Ниже приведены примеры калек:

Собака лает, караван идёт- ит үреді керуен көшеді. Возникает вопрос: как понять, что это калька именно с казахского в русский, а не с русского в казахский? Очень просто: если читатель внимательно посмотрит внимательно, то заметит, что эта пословица в казахском языке рифмуется: үреді-көшеді. А в русском языке такой рифмы нет, и красота и запоминаемость выражения в значительной степени утрачивается, что ясно указывает с какого именно языка (где вышеназванные положительные качества были сохранены) была калькарована данная пословица.

Также, данное выражение впервые письменно зарегистрировано в 18-м веке в русском языке и в 17-м веке в казахском языке. [А.Т. Сибгатуллина-2010 год. – 14-17]

Что посеешь, то и пожнёшь- Не ексең, соны орасың. С одной стороны, может показаться, что раз уж русский народ был оседлым и именно он много сеял различных культур и потом пожинал их. Казахский народ же, вплоть до 19 века никак не работал на поле, а был скотоводческим [М.А.Аккозин-2017-42-44]. То есть, мы не сеяли, а разводили скот. Тем не менее, достоверно доказано, что эта пословица пришла в русский язык из казахского языка, а в казахский язык из татарского. Татары хоть и являются тюрками, также как и казахи, но в отличии от казахского этноса, всегда были оседлыми и хлеб сеяли регулярно. Именно татарский народ был одним из первых, кто продавал хлеб и мучные изделия казахскому народу. К тому же, на казахском *хлеб* будет «нан», и это слово не является исконно казахским, оно пришло к нам из фарси, а в фарси оно пришло из шумерского языка (первой известной миру оседлой цивилизации), где и появились многие аграрные культуры, и в том числе пшеница, из которой в свою очередь делают муку и уже пекут хлеб. Таким образом, понятие о сеянии культур и жатвы пришло на территорию нынешней Республики Казахстан гораздо раньше, чем оно пришло на территорию нынешней Российской Федерации. Итак, последний аргумент: согласно некоторым исследованиям, наиболее раннее упоминание этой пословицы было зарегистрировано не на территории нынешней Российской Федерации, а на территории нынешнего Ирана, именно того места, откуда нам пришло данное слово. [А.Т. Сибгатуллина-2010 год. - 101-102].

Сидеть сложа руки- қол құсырып қарап отыру. Данная калька является наиболее популярным выражением из всех выражений, которые были калькированы в русский язык из казахского языка. Её первое употребление относится к 13 веку и было зарегистрировано в китайских летописях при китайском императоре. В этих летописях говорится, что это выражение регулярно использовалось народами-предками казахов, которые в последствии послужили генетическим материалом для формирования казахского этноса. К этим народам относились: кыпчаки, монголы, арабы и многие другие. В языке каждого из этих народов это выражение использовалось регулярно. К тому же немаловажным является тот факт, что все они проживали на территории Золотой Орды, а значит имеют к Казахстану прямое отношение. Теория о том, что это выражение пришло из казахского языка в русский язык имеется не только в китайских источниках, но и в русских. Так во многих русских летописях написано о том, что это выражение русские переняли из «половского» языка. На Руси словом «половец» называли тюркские народы, населявшие степи, отсюда и корень слова «половец», то есть «населявший поле». По многочисленным источникам известно, что наибольшее распространение это выражение получило в 18 веке, именно когда Казахское ханство вошло в состав Российской Империи. Скорее всего, от казахов оно перешло в башкирский язык, из башкирского языка в татарский язык, из татарского языка оно попало к казахам, и те, в свою очередь, распространили его среди основного русского населения. [А.Т. Сибгатуллина-2010 год. – 267-268]

Как видно из вышенаписанного калькирование широко распространено для перевода пословиц и поговорок.

3) Приблизительный перевод. Мы используем приблизительный перевод, когда использование прямой адаптации и кальки не представляется возможным. Однако, этот способ до сих пор достаточно популярен.

Примеры:

Қолын жылы суга салып отыру- носить на руках. «Носить на руках» является лишь приблизительным переводом, потому что помимо этого значения, в некоторых регионах Казахстана, он имеет значение жить припеваючи. [М.А.Аккозин-2017-42-44]

Аузына ақ ит кіріп, көк ит шығу- материться как сапожник. Это выражение тоже не является прямым переводом в данном случае, так как оно может обозначать не только то, что человек матерится, но и то, что он «несёт несусветную чушь». Данное крылатое выражение сейчас постепенно теряет свои позиции и применяется всё меньше и меньше. Однако, если

мы внимательно изучим все источники, то придём к выводу, что раньше оно было невероятно популярно. [М.А.Аккозин-2017-42-44]

Бата - *благословение*. Данное слово, как и предыдущие фразы, не показывает полный смысловой спектр при переводе, чтобы понять в чём это выражается. Бата:

Отша лаула, сөнбегін,
Еш жамандық көрмегін.
Қосағыңмен қоса ағар,
Құтты болсын қадамың,
Келін болдың, қарағым.
Салтын ұста, ардақта,
Үлкен ата-бабаңның.
Ошақтан от кетпесін,
Үйіңнен көп кетпесін,
Адал болғын жарына,
Лаула, оттай, жалында!
Аумин!

Можно заметить, что это не просто благословение, так как оно в стихотворной форме. Обычное же благословение не подразумевает никакой стихотворной формы, к тому же оно гораздо более длинное и долгое в сравнении с благословением в его европейском понимании. И последнее отличие заключается в том, что в отличие от европейского благословения, оно иногда не произносится, а напеваётся на манер песни.

Көрімдік- подарок за смотрины новорожденного или невесты. Как видите, наибольшее количество таких непереводаемых изречений, у которых можно только передать примерный смысловой перевод, связаны с национальными традициями казахов, которые не имеют своих стопроцентных аналогов в русском языке. Ведь *көрімдік* - это не только подарок за возможность увидеть новорождённого или невесты, но и за любую хорошую новость или достижение, но при этом коримдиком никогда не может считаться подарок, подаренный просто так, равно как и вещь, подаренная на день рождения и на праздник. Из этого примера ясно видно, что у русского народа такой традиции нет, а значит и термина такого нет. [Кенжеахметулы Сейт-2006- 113-120]

Айтыс - словесно музыкальное соревнование, проводимое между двумя участниками. Вовремя айтыса двое участников, играя на домбре, придумывают разнообразные колкости друг про друга. Некоторые люди утверждают, что правильно будет переводить слово «айтыс» как «баттл», беря пример с пришедших в русский язык рэп-баттлов, однако этот перевод в корне неверен по двум причинам: во-первых, айтысы появились гораздо раньше баттлов. Во-вторых, любой айтыс всегда сопровождается игрой на домбре и никакой другой музыкальный инструмент никогда не используется. Так как рэп-баттлы проводятся без какой-либо музыки вообще или при помощи включённого на компьютере минуса, можно определённого сказать, что айтыс и рэп-баттл абсолютно разные явления. [Кенжеахметулы Сейт-2006- 11-12]

Тойбастар - понятие этого термина усложняется тем, что у него сразу два смысла. Следует рассмотреть каждый из них по отдельности, прежде всего, *тойбастаром* называют песню, которую исполняет певец (исполнитель национальных казахских песен и поэт) в начале свадьбы, желая молодожёнам всяческих благ. Опять же, на русских свадьбах такой традиции нет, а значит и перевод у этого термина может быть лишь примерным и строго смысловым. Второе значение *тойбастара* также чрезвычайно популярно. Он означает подарки, которые раздают в конце свадьбы гостям в знак признательности и уважения к ним. [Кенжеахметулы Сейт-2006- 9-10]

В заключение хотелось бы сказать, что в данной научной работе наглядно указывается, что в основном прямая адаптация используется в сфере кулинарии и для деталей юрты, калькирование для пословиц и поговорок, а приблизительный перевод для обычаев и традиций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тасибеков Канат- Ситуативный казахский. Том 1- 2012.
2. Аккозин Мадат Акылбаевич- Қазақ мақал-мәтелдері. Казахские пословицы и поговорки-2017.
3. Влахов С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М. : Высшая школа, 1986. – 384 с

ӘӨЖ

ТУЫС ЕМЕС ТІЛДЕР АРАСЫНДАҒЫ АУДАРМАДА ГЕНДЕРЛІК АЙЫРМАШЫЛЫҚТАР

Рысбек А. Ж., 2 курс магистранты, мамандығы «М 056 - Аударма ісі»

Абылай хан атындағы Қазақ Халықаралық Қатынастар және Әлем Тілдері университеті,
Алматы, Қазақстан
arookarysbekova@gmail.com

Аңдатпа. Мақалада ағылшын тіліндегі шығармалардың орыс тіліне аудармасындағы гендерлік ерекшеліктері айқындалды. Тіл мен сөйлеу бірліктеріндегі гендерлік фактордың көрінісін зерттейтін гендерлік лингвистиканың қалыптасуы қарастырылды. Көркем әдебиеттегі кейіпкерлердің гендерлік айырмашылықтары анықталды.

Түйін сөздер: гендерлік фактор, гендерлік лингвистика, гендерлік аспект, сөйлеу бірліктері, концептуалды метафора.

ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ПЕРЕВОДЕ МЕЖДУ НЕРОДСТВЕННЫМИ ЯЗЫКАМИ

Рысбек А. Ж., магистрант 2 курса, специальность «М 056 – Переводческое дело»

Казахский университет международных отношений и мировых языков им.Абылай хана,
Алматы, Казахстан
arookarysbekova@gmail.com

Аннотация. В статье раскрыты гендерные особенности перевода английских произведений на русский язык. Рассмотрено формирование гендерной лингвистики, изучающей проявление гендерного фактора в единстве языка и речи. Выявлены гендерные различия персонажей в художественной литературе.

Ключевые слова: гендерный фактор, гендерная лингвистика, гендерный аспект, речевые единицы, концептуальная метафора.

GENDER DIFFERENCES IN TRANSLATION BETWEEN UNRELATED LANGUAGES

Rysbek A.Zh., 2nd year Master's student «М 056 – Translation Studies»

Kazakh university of international relations and world languages named after Ablai khan, Almaty, Kazakhstan
arookarysbekova@gmail.com

Abstract. The article reveals the gender features of the translation of English literature into Russian. The article considers the formation of gender linguistics, which studies the manifestation of the gender factor in the unity of language and speech. Gender differences of characters in fiction are revealed.

Keywords: gender factor, gender linguistics, gender aspect, speech units, conceptual metaphor.

Қазіргі таңда гендерлік айырмашылықты зерттеуге қызығушылық танытып жүрген аудармашылар саны артып келеді. Көркем шығармалардың мәтіндерін аударудың күрделілігі әр сөздің өзіндік ерекшелігінде. Бұл жазушының жинақтағы сөздердің тікелей мағынасын айтудан гөрі, оқырманның ойы мен сезімі мен қиялын жұмыс істеуге мәжбүр ететін қабілет. [1. С. 335].

Лингвистикадағы заманауи гендерлік зерттеулер үш проблемалық блокқа бағытталған:

- ерлер мен әйелдер тілдерінің әлеуметтік жаратылысы,
- ерлер мен әйелдердің сөйлеу, мінез-құлқының ерекшеліктері,
- гендерлік аспект бойынша ұғымдарды зерттеу.

Ең алдымен, ерлер мен әйелдердің әртүрлі мәдениеттер мен тілдерде сөйлеу ерекшеліктері

сипатталған.

Тіл мен сөйлеу бірліктеріндегі гендерлік фактордың көрінісін зерттейтін гендерлік лингвистиканың қалыптасуы қоғамның әртүрлі аспектілерінде жеткілікті түрде көрінетін жыныстар арасындағы айырмашылықтар тілдік қарым-қатынас процесінде де ерекше жүзеге асырылатындығын түсінудің қисынды нәтижесі болды. Айта кету керек, егер ең басында гендерлік лингвистиканы зерттеу объектісі ретінде әр түрлі жыныстағы өкілдердің сөйлеуін талдау аспектісінде гендерді бейнелеу проблемалары болса, онда осы кезеңде оның мүдделері шеңберіне тілдің адам қызметінің барлық түрлерімен байланысы туралы әртүрлі сұрақтар кіреді.

М. В. Пименованың көзқарасы бойынша « әлемнің тілдік бейнесінде ішкі әлем ұғымдарының жынысы бойынша саралануы жазылған. Концептуалды метафораларды ішкі әлемге ауыстыру тек әйелдерге немесе еркектерге ғана қатысты ұғымдардың ерекше біліктілік белгілерін ескереді» [2]

В. Поллактың пікірінше, « гендер-бұл біз көріп, істеп жатқан нәрсе емес, гендер ол – өзіміз. Гендерлік тәжірибе-бұл ерте естеліктерден, өзгермелі әсерлерден, үміттерден, қорқыныштан, тұратын бейсаналық доп секілді, ол ешқашан саналы функциялардың, мінез-құлық түрлерінің немесе рөлдердің шектеулі жиынтығына дейін төмендетілмейді және төмен болмауы керек» [3]

Әйгілі амеркандық жазушы Эрнест Хемингуейдің «Шал мен теңіз»(The Old Man and the Sea) шығармасындағы гендерлік аспекті қарастырайық.

Эрнест Хемингуэй 1950 жылдардың басында «Шал мен теңіз»(The Old Man and the Sea) әңгімесін жазды, оның сюжеті, шарықтау шегі және аяқталуы бар, үш бөлімнен тұратын туынды. Басты кейіпкерлері өмірде үлкен тәжірибесі бар, үмітті бейнелейтін «Шал мен теңіз» әңгімесі бір адамға — Сантьягоға арналған. Бірақ сюжетті түсіну үшін бала маңызды рөл атқарады. Әңгіме - кейіпкердің теңізге саяхаты және үйге оралуы туралы. Оның дәстүрлі үш бөліктен тұратын құрылымы бар: кейіпкердің сюжетке енуі; оқиғалардың дамуы және алып балықпен күресу шарықтау шегі; акулалармен шайқаста жеңілгеннен кейін үйге оралуы. Бұл шығармада гендерлік ерекшелік кейіпкерлерді бейнелеу арқылы көрінеді.

Гендерлік айырмашылыққа келсек «балықшы» сөзін естісек көз алдымызға елестейді, яғни ер адамға тән сөз. Сондай-ақ «шал» сөзінен, егде жастағы ер адам елестетеміз. «Fish» сөзін грамматикалық тұрғыдан қарастырсақ, ағылшын тілінде жансыз дүниелерге және жануарларға қолданылатын «It» есімдігін қолданамыз. Ал орыс тілінде «рыба» (ж.р.) әйел адамға тән жалғау жалғанады.

1. *"I am a strange old man."*
2. *Я - не обыкновенный старик.* (Е. Голышева, Б. Изаков)
3. *Мен - елден ерек шалмын.* (Н. Фабдуллин)

Бұл жерде «strange» сөзі қазақ тіліне аударғанда «біртүрлі», орыс тілінде «странный» болғанымен аудармашы оқырманға сыпайы түрде «елден ерек» , орыс тіліндегі аудармасында «не обыкновенный» деп жеткізген. Яғни сын есімдердің көрінісі әр тілде, әр мәдениетте өзіне тән ерекшеліктері бар.

1. *He did not remember when he had first started to talk aloud when he was by himself.*
2. *Старик уже не мог припомнить, когда он впервые стал разговаривать сам с собой вслух.* (Е. Голышева, Б. Изаков)
3. *Ол осылай өзімен-өзі сөйлесуді қай кезден бастап дағды еткенін есіне түсіре алмады.* (Н. Фабдуллин)

Үзіндіге грамматикалық тұрғыдан қарасақ, түпнұсқада “He” ағылшын тілінде ер адамға тән есімдік, яғни ер адам екені анық білінеді. Орыс тіліне аудармасында “Старик” – ер адамға тән. Ал қазақ тіліндегі аудармаға келсек “Ол” жалпы ер балаға да, қыз балаға да қолданылатын есімдік. Орыс тіліндегі аудармасында ердің көркем бейнелері, сондай-ақ белгіленген сюжеттік желілер жеткілікті түрде берілген: аттар мен мінез-құлық сипаттамалары кейіпкерлердің ер адамдар екені анық сақталған.

Гендер теориясының көмегімен көркем әдебиеттің аудармаларын басқаша түсіндіруге болады, онда авторлардың гендерлік қатынастар туралы көзқарастары айқын және терең

бейнеленген. Сонымен қатар өзімізге әйгілі Уильям Шекспирдің «Ромео мен Джульетта» туындысынан Ромео мен Джульеттаның сөйлеу мәнерін қарастырайық.[9]

Ромео	Джульетта
O, she doth teach the torches to burn bright! It seems she hangs upon the cheek of night Like a rich jewel in an Ethiop's ear – Beauty too rich for use, for earth too dear! So shows a snowy dove trooping with crows As yonder lady o'er her fellows shows. The measure done, I'll watch her place of stand And, touching hers, make blessed my rude hand. Did my heart love till now? Forswear it, sight! For I ne'er saw true beauty till this night.	Good pilgrim, you do wrong your hand too much, Which mannerly devotion shows in this; For saints have hands that pilgrims' hands do touch, And palm to palm is holy palmers' kiss.

Бұл үзіндіні лексикалық тұрғыдан қарасақ, Ромео Джульеттаның келбетін сипаттау үшін Ромеоның сөйлеу мәнеріне көңіл аударсақ, әйел адамды баурайтындай метафораны жиі қолданады. Мысалы, she doth teach the torches to burn bright! It seems she hangs upon the cheek of night. Орыс тіліне аудармасы :

«Ее сиянье факелы затмило.

Она, подобно яркому бериллу

В ушах арапки, чересчур светла

Для мира безобразия и зла.»

Джульеттаның сөйлеу мәнерін лексикалық тұрғыдан қарастырсақ, теңеу сөздерді, одағайды жиі қолданады. Оны мына үзіндіден байқасақ болады «**Ay, pilgrim**, lips that they must use in pray'r.»

У. Шекспирдің драматургиясында “ер” және “әйел” ұғымдарына жүгінудің әртүрлі құралдары бар. Оның пьесаларының ерекшеліктеріне “әйел” ұғымының әркілі түсіндірмесі де кіреді. Әйелге тіл арқылы берілген белгілер (фразеологизмдер, ситуациялық-жалпылама тұжырымдар) мен Шекспир пьесасының сюжетінде жүзеге асырылатын белгілер арасындағы кейбір сәйкестіктермен анықталады. Бұл Шекспирдің жеке құндылықтар жүйесінде “әйел” ұғымының үлкен мәнге ие болуымен байланысты.

Шекспир	Б.Пастернак	А.Радлова
Prince. Rebellious subjects, enemies to peace, Profaners of this neighbour-stained steel-Will they not hear? What, ho! you men, you beasts, That quench the fire of your pernicious rage With purple fountains issuing from your veins!	Князь. Изменники, убийцы тишины, Грязнящие железо братской кровью! Не люди, а подобия зверей, Гасящие пожар смертельной розни Струями красной жидкости из жил!	Князь! Вы, непокорные враги покоя, пятнающие кровью ближних сталь, Меня не слышите? Вы люди-звери, Гасящие огонь смертельной злобы Багровыми струями ваших жил,

Romeo: She hath, and in that sparing makes huge waste; For beauty, starv'd with her severity, Cuts beauty off from all posterity. She is too fair, too wise, wisely too fair, To merit bliss by making me despair. She hath forsworn to love, and in that vow Do I live dead that live to tell it now. <i>Ben.</i> Be rul'd by me: forget to think of her. <i>Romeo.</i> O, teach me how I should forget to think!	Ромео: Увы, дала и справится с задачей. От этой девы и ее поста Останется в потомстве пустота. Она такая строгая святая, Что я надежд на счастье не питаю, Ей в праведности жить, а мне конец Я не жилец на свете, я мертвец. Бенволио: Советую, брось помыслы о ней. Ромео: Так посоветуй, как мне бросить думать.	Ромео: Да, скупость выжжет, как в пустыне, цвет Ее красоты, что строгость истощает И цвет потомства жизни не узнает. Она умна, красива через край - Моим отчаяньем заслужит рай; На горе мне клялась любви не знать. Хоть мертв, живу, чтоб это повторять. Бенволио Вам мой совет: не думайте о ней. Ромео О, научи, как разучиться думать!
--	---	---

Берілген аудармаларда екі аудармашы да Ромеоның кейіпін ер адамға тән ерекшеліктермен түрлендірген. Туындыдағы Ромеоның образы жақсы, білімді және тәрбиелі ғашық жан. Аудармашылар осы ерге тән қасиетті толық жеткізген.

Қорытындыға келсек көркем шығармалардың тілі сапалы аударманың кепілі болып табылады. Гендерлік аспект трансформацияның белгілі бір жиынтығын қолдана отырып аудармада көрсетілуі мүмкін. Алайда, түпнұсқа мен аударма мәтінінің семантикалық ортақтығын, сондай-ақ түпнұсқаның көркемдік әсерін сақтайтын тиісті аударма жасау үшін аудармашы жұмыстың гендерлік компонентін беру кезінде өте мұқият болуы керек.

ӘДЕБИЕТ

1. Федоров, А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы). СПб.: Филол. фак. СПбГУ; М.: ФИЛОЛОГИЯ ТРИ, 2002.416 с.

2. Пименова М.В. Гендерные признаки концептов внутреннего мира человека // Mentalitat . Konzept. Gender. – Landau, 2000.

3. Pollack, 1995 - Pollack, William S. Deconstructing Dis-Identification: Returning Psychoanalytic Concepts of Male Development// Psychoanalysis and Psychotherapy, 1995.- 12.- P. 37.

4. А.В. Кириллина Гендер и язык ЛитРес: Языки Славянской Культуры, 2017. 830 стр

https://www.bookfrom.net/ernest-hemingway/31948-the_old_man_and_the_sea.html

Перевод Е. Голышевой и Б. Изакова. Э.Хемингуэй. Собрание сочинений. М., Художественная литература, 1968, т. 4, сс. 219-290. OCR: Проект «Общий Текст» («TextShare»)

Э.Хемингуэй «Шал мен теңіз» Астана: Аударма, 2002. — 370 б. Қазақ тіліне аударған: Ғабдуллин Нығмет.

Перевод Анны Радловой. Вильям Шекспир. Избранные произведения .Редакция текста, вступительная статья и комментарий А. А. Смирнова. Государственное издательство «Художественная литература», Л., 1939 OCR Бычков М.Н.

Ласточкина И., Нагорная Н. Образ женщины в картине мира носителя английского языка. — Новгород, 2003. – С. 14-17.

Б. Пастернак о трагедии «Ромео и Джульетта», из статьи «О Шекспире», изд. 1990

http://www.romeo-juliet-club.ru/shakespeare/romeojuliet_english.html

УДК

МЕДИА ДИСКУРС: ЖАҢАЛЫҚТАРДЫ АУДАРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Мырзахмет М.М.
2 курс магистранты
Абылай хан атындағы ҚазХҚ және ӨТУ,
Алматы, Қазақстан
malika_009@bk.ru

Аңдатпа. Қазіргі уақытта аударма саласындағы көкейкесті мәселелердің бірі – жаңалықтарды аудару. Аталмыш мақалада орыс, ағылшын тіліндегі жаңалықтарды қазақ тіліне аудару және де аударманың адекватты түрде аударылғандығына анализ жүргізіледі. Мақалада А. Н. Злобин және А. В. Пузаковтың, Л.В. Пумпянскийдің теориялық көзқарасы қолданылады. Бұл жаңалықтар легін аударудағы басты критерийлерді ескеруге және трансформацияның орынды қолданылуын қадағалауға септігін тигізеді.

Түйін сөздер: ғаламтор, аударма үрдісі, телевизия, мәнмәтін, реалий сөздер, жаңалықтар блогы

МЕДИА ДИСКУРС: ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА НОВОСТЕЙ

Мырзахмет М.М.
Магистрант 2 курса
КазУМОиМЯ им. Абылай хан
Алматы, Казахстан
malika_009@bk.ru

Аннотация. Перевод новостей на сегодняшний день является актуальной темой в области перевода. В данной статье будут анализироваться переводы новостей, которые были переведены с русского и английского языка на казахский язык. В статье будут использоваться теоритические взгляды А. Н. Злобина, А. В. Пузакова, Л.В. Пумпянского. Это является помощником при контроли главных критерий и насколько трансформации использованы уместно.

Ключевые слова: интернет, процесс перевода, телевизия, контент, реалий, новостной блог

MEDIA DISCOURSE: PROBLEMS OF TRANSLATING NEWS

Myrzakhmet M.M.
2nd year master's student
Ablai khan KazUIR&WL
Almaty, Kazakhstan
malika_009@bk.ru

Annotation. Translation of news today is one of the actual topic in the field of translation. This article will analyze the translations of news that have been translated from Russian and English into Kazakh. The article will contain the same theoretical views of A.N. Zlobin, A.V. Puzakov, L.V. Pumpyansky. This is an assistant in the way of controlling the basic criteria of the transformation efficiency indicator.

Key words: internet, translation process, television, content, realies, news blog

Мақала мақсаты – қазақ телевизиясында ең күрделі де, аса маңызды блоктардың бірі болып табылатын жаңалықтар блогын аудару мәселелері, оның мәдениетаралық қатынастағы қажеттілігі мен ерекшеліктерін зерделеу туралы ғылыми зерттеу жұмысы жүргізілетін болады.

XXI ғасыр – ақпараттық-сандық технологиялардың қарқынды дамып, ал телевизия саласының заман талабына сай болып келе жатқан кезеңдерінің бірі. Қазіргі таңда қазақ телевизиясы түрленіп, жандану процесінде. Бұл үдерістің қиыншылықтары да, жетістіктері де мол екені анық. Қазақ телевизиясы – әрқашан өте көкейкесті, қызығушылық танытатын тақырып. Қазіргі уақытта қазақ тіліндегі арналардың саны артып келеді. «Қазақстан Телерадио корпорациясының» тапсырысы бойынша аударылатын мәтіндер телевизия саласындағы алғашқы жетістіктің бірі болды. Басында қазақ тіліне орыс тіліндегі бағдарламалар аударылып, кейіннен ағылшын, неміс тіліндегі бағдарламалар да аударыла бастады. Уақыттың еншісіне

салатын болсақ, айналамызда түрлі жағдаяттар орын алып, күнделікті өмірдегі ерекшеліктер жаңалықтардың соңғы легіне айналуға. Шарайнада болып жатқан көкейкесті мәселелер: коронавирус індеті, әлеуметтік жағдайлар, кісі өлімі, саяси дағдарыс, экономикалық құлдырау – төрт дүркін әлемді де, журналисттер мен аудармашылардың ісін сәл болса да қиындатты.

Жаңалықтар әлемде болып жатқан жағдайдардың негізінде тізгінделіп, бұқараның алдына ұсынылады. Қазақстанда тек телехабарлар ғана емес, ғаламтор төріне шығатын жаңалық порталдары, радио арналардың да жұмысы елді қапы қылмайды. Бірі жаңадан түскен жаңалықты ғаламтор не болмаса әлеуметтік желі порталдарынан білсе, енді бірі көлікте радиодан құлақдар, екіншісі теледидардан қарап жатады. Әрбіреуінің алдына қойған мақсаты – тез әрі сапалы мәнмәтінде қазақ не орыс тіліндегі жаңалықты ұсыну.

Қазіргі таңда ғаламтор мен әлеуметтік желі дамыған заманда жаңалықтардың ел құлағына тез жетуі өте маңызды. Instagram желісі – көптің сұранысына ие әрі ақпаратты тез тасымалдайтын әлеуметтік желілердің бірі. Қазақ телевизиясы, жаңалықтар блогы және газеттік мақалалар бір мезетте электрондық, сандық жүйеге алмасты десек болады. Теледидар алдында отырған көрермен де қазір көбінесе ғаламтордағы жаңалықтарды қызыға оқуға кірісуде. Ал ғаламтордағы жаңалықтарға арналған мәтіндерді аударудың ерекшелігі неде?

Біріншіден, мәтіндердің барлық жанрлық-тақырыптық түрлері газет, журнал, радио және теледидар бағдарламаларында және ғаламторда кездеседі. Алайда, жанрды анықтайтын сипаттамалар, әдетте, бұқаралық ақпарат құралдарында үздіксіз сақталады. Сол аң алуан ақпараттардан, мысалы, аналитикалық шолу, түсініктеме, пікірталас немесе сұхбаттардан, жаңалықтар материалдары әрдайым өзгеше болады (теледидар мен радио жаңалықтарында сұхбат немесе түсініктеме жаңалықтар бағдарламасының ажырамас, дәлірек айтқанда «қосылатын» бөлігі болуы мүмкін).

Екіншіден, аударманың ерекшелігі қалыптасқан тілдік норма, цензура және мәнмәтіндік, сонымен қатар стилистикалық дағдылардың сақтала отырып аударылуында жатыр. Аударма ісі өзінің жан-жақтылығымен бірге мәдениетаралық қатынастың негізін құрайтын бір түрі ретінде қарастырылуы қазіргі таңдағы аударматануда орын алған көзқарас [1, 205]. Аударма – бір тілден екінші тілге алмастыру ғана емес, тарихи және мәдени құндылықтарына назар аудара отырып, бір тілден екінші тілге бейімдеу. Жаңалықтарды аудару конструкциясы үш сатылы кезеңнен тұрады: 1) мәтінді зерттеу; 2) мәтінді түрлі трансформациялық құралдары пайдалану арқылы аудару; 3) дайын мәтінді ұсыну. Бұл үш сатылы кезең ақпараттық мәтінді сапалы түрде аударуға бағытталған және семантикалық, морфологиялық және грамматикалық дағдыларға сүйенеді. Осы тұжырымның нақты көрінісі ретінде А. Н. Злобин және А. В. Пузаковтың көзқарасын келтіруге болады: «Ғаламтор төріндегі жаңалықтар семантикалық жағынан қарастырылып, бұқара халықтың алдында қатесіз әрі сапалы түрде болуы керек» деген [5, 154-165 б]. Осы тұрғыдан қарағанда, жаңалықтарды аудару – экспрессивті лексиканың қолданылуына қарама-қайшы дүние болып көрінуі мүмкін.

Жаңалықтардың өзіндік аударма құрылымы бар. Мәселен, газет не журнал бетіне жарияланатын материалдар өзіндік таптаурындарға ден қойыла аударылады. Оның ішінде цензураның, эмоционалды-экспрессивтінің пайдаланылуы, тілдік нормалардың сақталуы, мәдениетаралық қарым-қатынас мәнмәтініндегі басты критерийлер де бар. Жаңалықтарды аударуда аталмыш таптаурындар өте маңызды рөл атқарады. Ағымдағы уақытта қазақ тілді сайттар және әлеуметтік желі арналары бар. Мысалы: Tengrinews, Stan Kz, ZTB KZ, 365 INFO. Қателіктер стилистикалық, грамматикалық және семантикалық деңгейде кездеседі. Жиналған ақпаратты трансформациялау мен локализациялаудың қазақ тіліндегі қызу талқыға түскені аудармашылар қауымын біраз терең ойға шомып, қателіктерді жоюдың бастауы болды. Публицистикалық, БАҚ мәтіндерін аудару көркем аудармадан кейінгі ең күрделі үдерістердің бірі екені белгілі. Оның қиындықтарын аударылатын атаулармен бірге аударылмайтын атаулардың болуы құрайды. Аударылмайтын атауларға жер-су атауы, тарихи атаулар, салт-дәстүрге байланысты сөздер, сонымен қатар, архаизмдер мен неологизмдер жатады.

Жаңалықтар тақырыбы мен мазмұнына қарай өздерінің стилистикалық жағынан өзгеше, сондықтан бұл – ақпараттық бағдарламаларды аударудағы бірден бір ерекшелігі. Ақпараттық бағдарламаларды, соның ішінде жаңалықтар легін аудару, мәдени және тілдік факторларға бейімделіп, ғалым Л.В. Пумпянскийдің бөлуі бойынша аударма мынадай санаттаумен жүзеге асырылады:

1. Лексика. Техникалық бағыттағы сөздіктер мен глоссарийлерді пайдалану. Сөздер функционалды тұрғыдан алынады, яки толығымен мағыналық жағынан пайдаланылады.

2. Грамматика. Жазба тіліндегі қатаң нормалардың орындалуы. Түсінік бойынша (сөйлем мүшелерінің орын тәртібі, сөйлемнің дұрыстығы), сөйлемнің де қажетті тәртіппен пайдаланылуы. Көбіне салалас-құрмалас сөйлемдердің жиынтығы.

3. Мәліметті мазмұндау. Берілген мәліметтердің, қандай тіл болмасын, толықтай берілуі. Бұл техникалық аударманың басты мақсаттарының бірі. Ақпарат оқырманға түсінікті әрі ыңғайлы болуы керек. [6, 344 б]

Ақпараттық бағдарламаларда реалия сөздер жиі кездесетіні анық. Реалия сөздер (ұлттық ерекшеліктер атауы) дегеніміз – ұлттық топты, әлеуметтік ортаның ерекшелігін құрайтын заттар, құбылыстар, салт-дәстүрлер атаулары. Оған қысқартылған сөздер, яғни аббревиатуралар, басқа тілде баламасы жоқ сөздер мен сөз тіркестері жатқызылады. Реалия сөздер бұқаралық ақпарат, әдеби аударма мен сайт аудармаларында да кездеседі. Медиа мәтіндердің басқа тілге, соның ішінде қазақ тіліне және қазақ тілінен аударылуы, атап өткен ерекшеліктерге де негізделеді.

Мұнымен медиасаласындағы ақпараттық аударманың саналуан ерекшеліктері шектелмейді. Кейбір аударманың мәнмәтіндік және стилистикалық тұстары түпнұсқаға дөп басып түсе бермейді, сол себепті кейбір аударманың мағынасы да жоғалуы мүмкін. Түсінбестіктің басы кейде сайт оқырман мен тұтынушылардың наразылығын тудырып, екі оттың арасында май құйғандай қылады. Бұл аудармашының мұқият болмағаны мен өз ісіне немқұрайлы қарағанының себебі. Нысанаға дөп басып түсу – кейде аудармашының қолынан келе бермейтін, қиындық туғызатын жағдайлардың бірі. Неліктен десеңіз – кейбір сөздерді ешбір сөздік пен қосымша оқу құралдарын пайдаланбаудың нәтижесі. Аудармашы өзінің кәсіби шеберлегімен асып түсуді ғана емес, аударманың сапалы әрі құлаққа жағымды болуын да ойлағаны жөн. Осы тұрғыда назар аударарлық маңызды мәселе – мәнмәтін.

Аудармаға тоқталатын болсақ: Мәтінді тиянақтау мәлімдеменің артық элементтерін, мәтіннен және тілден тыс жағдайдан толтырылған элементтерді, сондай-ақ пайдалану « [2, 215-230 б]. Компьютерлік техниканың дамуы мен мәтінді сығып, қысқартудың лингвистикалық тұжырымдамасы, сонымен қатар мәтіннің семантикалық көлемін техникалық және семиотикалық тұрғыдан қысқартуды қамтитын техникалық ұғым пайда болды. Жаңалықтар блогын аударуда жоғарыда атап өткен реалия сөздердің аударма тіліндегі көрінісі, цензура, тілдік бірізділіктің орынды пайдаланылуы да басты критерийлер болып есептеледі. Түпнұсқа мәтінді аударылып отырған жергілікті тілге бейімделуін мәнмәтін аясында қарастыратын болсақ:

Түпнұсқа	Аударма
<i>Конфликт между Азербайджаном и Арменией начался в феврале 1988 года и был вызван вопросом принадлежности Нагорного Карабаха, объявившего о выходе из состава Азербайджанской ССР.</i>	Таулы Қарабақ қақтығысы - бұл негізінен этникалық армяндар тұратын Таулы Қарабақтың даулы аймағына және бірінші Таулы Қарабақ соғысы кезінде шығарылғанға дейін негізінен әзірбайжандар мекендейтін жеті көрші аймаққа байланысты Армения мен Әзірбайжан арасындағы этникалық және аумақтық қақтығыс.
<i>Конфликт между Азербайджаном и Арменией начался в феврале 1988 года и был вызван вопросом принадлежности Нагорного</i>	Қақтығыс 20 ғасырдың басында басталады, дегенмен қазіргі қақтығыс 1988 жылы Қарабақ армяндары Қарабақты Кеңестік Әзірбайжаннан Кеңестік Арменияға беруді талап еткен кезде басталды.

Карабаха, объявившего о выходе из состава Азербайджанской ССР. https://tass.ru/info/8979501 <i>Ситуация в зоне нагорнокарабахского конфликта</i> 16.07. 2020, 14:21 [7]	https://www.ktk.kz/kz/newsfeed/article/2020/09/27/159778/ Жариялым уақыты 14:48 27.09.2020 [8]
---	---

Түпнұсқа мәтіні Әзірбайжан және Армения арасындағы қақтығысты баяндайды. Бұл жаңалық Ресейлік ТАСС (ИТАР ТАСС) арнасының ресми сайтында жарияланған және қазақ тіліне «КТК арнасының» тапсырысымен аударылған.

Мысалы: **Қақтығыс** 20 ғасырдың басында басталады, дегенмен қазіргі **қақтығыс** 1988 жылы Қарабақ армяндары Қарабақты Кеңестік Әзірбайжаннан Кеңестік Арменияға беруді талап еткен кезде басталды. Бұл сөйлемде екі рет қайталанған қайталама сөздер бар, бұл жерде аудармашы тавтологияны пайдаланған, бұл қате болып табылады. Сөйлеу мәнерінде тавтологияның болуы аударманың аудиторияға дұрыс жеткізілмеуінің бірден бір себепшісі болуы мүмкін. Бұл жерде синоним қолдану арқылы аударманы жүзеге асырған дұрыс. Аудармаалды талдауды жасай отырып, этно- және тарихи деректерді ескергеніміз жөн. Ол үшін бұл қақтығыстың хронологиялық кестесін алдымен жасап алып, қарама қарсылас жақтардың іс-әрекеттері мен қатынастарының хронологиялық тұрғыда қарастыру аударманың объективті болуына ықпал етеді деген ойдамыз.

Аударманың адекватты түрде халыққа жеткізілуі – басты мақсат. Мәтін саяси қақтығыс және этно-мәдени дискуссияның басты нысаны болып табылады, сондықтан стилистикалық және семантикалық жағынан өзіндік ерекшелігі бар. Ерекшелік – бір тілден екінші тілге алмастыру ғана емес, мәтінді аударатын тілдің мәдени және тілдік дағдыларына бейімдеу.

Түпнұсқа	Аударма
QazVac vaccine nears halfway point in phase three clinical trials • 14.04.2021, 17:23 • informburo.kz • 1. <i>The first half of the third phase of clinical trials of the Kazakh domestic coronavirus vaccine will be completed on April 15, the country's Vice Minister of Education and Science Miras Daulenov announced. 3,000 volunteers are participating in the study. Some of them were immunized with the vaccine itself and the rest are the placebo recipients. At the end of trials, everyone will be tested. A performance report will be prepared based on the results.</i>	Отандық вакцина қашан қолданысқа енеді? • 14.04.2021, 16:02 • 24kz • 1. <i>Коронавирусқа қарсы қазақстандық вакцинаның клиникалық зерттеулері үшінші кезеңінің алғашқы жартысы 15 сәуірде аяқталмақ. Бұл туралы Білім және ғылым вице-министрі Мирас Дәуленов мәлімдеді. Еске салсақ, сынаққа 3 мың ерікті қатысуда. Егілгендердің бір бөлігі вакцинаның өзімен, ал қалғандары плацебомен иммундалды. Сынақ аяқталғаннан кейін барлығынан талдау алынып, препараттың тиімділігі туралы есеп дайындалатын болады.</i>
• 2. <i>“Everything is held according to the protocol approved by the Health Ministry. The trials are carried out in clinics that have the GCP certification in Almaty and Taraz. Every week, all volunteers report their health status to doctors; they regularly come to clinics to be monitored by physicians. Volunteers are tested for both virus-specific and neutralizing antibodies. We must</i>	• 2. Мирас Дәуленов, ҚР Білім және ғылым вице-министрі: - Барлығы Денсаулық сақтау министрлігі бекіткен хаттамаға сәйкес штаттық түрде жүріп жатыр. Зерттеулер Алматы және Тараз қалаларындағы клиникаларда жүргізілуде, олардың тиісті ДжсиСиПи сертификаттары бар. Еріктілер

<i>understand that in accordance with the clinical trial protocol and the requirements of the Health Ministry and the World Health Organization, there are certain deadlines for conducting them. Phase three clinical trials take no less than 180 days to complete. We all need to be patient and wait for the final results,” said Miras Daulenov, Kazakh Vice Minister of Education and Science.</i> 3. <i>“50,000 doses of the vaccine have been produced. They’re now passing quality control. On April 25-27 they will be shipped to the SK-Pharmacy warehouses,” said Kunsulu Zakarya, Director General, Research Institute for Biological Safety Problems. QazVac was the 14th vaccine in the world to reach the third phase of clinical trials. In total, the WHO lists more than 260 COVID-19 vaccine candidates. Overall, Kazakhstan allocated 2.5 billion tenge (US\$5.7 million) for the development and research of coronavirus drugs. Domestic scientists are now working on five vaccines.</i> [9] •	денсаулықахуалы туралы дәрігерлерге аптасайын хабарлап, клиникаларға барып тұрады, яғни, дәрігер бақылауына алынған. Олардан вирусқа тән антиденелерге, бейтараптандыратын антиденелерге сынамалар жасалады. Клиникалық зерттеулер хаттамасына және Денсаулық сақтау министрлігінің, Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының талаптарына сәйкес, клиникалық зерттеулер жүргізудің белгілі бір мерзімдері бар. Үшінші фазасына кем дегенде 180 күн беріледі. Сондықтан нақты нәтижесін күту маңызды. 3. Күнсұлу Закария, Биологиялық қауіпсіздік мәселелері ғылыми-зерттеу институтының бас директоры: - Бұл вакцинаның 50 мың дозасы институттың ішінде дайын тұр. Дайындалған, флаконның ішінде тұр. Қазіргі уақытта 50 мың доза вакцина бақылау, зерттеулерден өтіп жатыр. 25-27 сәуір аралығында бұл вакциналар «СҚ Фармация» қоймаларына жеткізіледі. Айта кету керек, QazVac – клиникалық зерттеулердің үшінші кезеңіне жеткен әлемдегі 14-ші вакцина. Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымының тізімінде коронавирусқа қарсы 260-тан астам кандидаттық вакцина бар. Жалпы Қазақстанда антиковидті препараттарды әзірлеуге және зерттеуге 2,5 млрд теңге жұмсалды. Қазір отандық ғалымдар бес вакцинамен жұмыс істеуде. Авторы: Гүлбану Тәжібек [10]
--	---

Кезекті жаңалық Qazaq TV арнасының ресми сайтынан алынған. Жаңалықтар айдарынан алынған мысалда қысқартылған сөздер, термин сөздер пайданылған. Аударма ісіндегі маңызды мәселе терминдердің аудармасына байланысты. Жоғарыдағы аудармасы жиі қолданылатын сөздердің қатарына қоса келгенде, терминдер деп қабылдап жүрген тілдік бірліктердің өзін іштей топтап алған да орынды. Оны шамамен терминдер, құжат лексикасы, кәсіби сөздер сияқты топтарға бөлуге болады. Жаңалықтардың мәнмәтіні бір болса да, атауларында айырмашылық бар. Мәселен, түпнұсқада нақтылау әдісі қолданылса аударма нұсқасында отандық вакцинаның қай кезде және қалай пайдаланылатыны жайлы аударма беріліп отыр. Бұл тақырыптың оқырманды қызықтыру үшін жасалатын амал десек те болады, бірақ аударманың нақты берілуі әлдеқайда дұрыс.

Мәтінде терминдер бар, соның бірі *placebo recipients* – аудармасы плацебо иммуналды деп аударылған. Транскрипциялық аударма әдісі пайдаланылғандықтан аударма қазақ тіліне бейімделе аударылған. Терминологиядағы аударма мәселесінің өзекті болып отырғандығы мәлім. Бұл бағытта қазіргі таңда екі түрлі көзқарастың қалыптасып, терминдерді аудару мен аудармауға байланысты түрлі түсініктер мен ойлар барлығы жасырын емес. Сондықтан терминдерге

қатысты ойлар жеке тоқталуды қажет етеді. Терминдердің аударылуына қатысты көзқарастардың бір тобы терминдердің аударылуын қолдаса, екінші тобы кереғар пікірін айтып шамдануда, олардың айтуынша терминдер аударылмауы керек [3, 29-35 б.]. Бұл жеке адамдардың емес, дұрыс аударылмаған терминдердің салдарынан туындаған қоғамдық көзқарас. Расын айтқанда, соңғы бағытты қолдаушылардың пікірі мен аударма теориясын сайттарда қарастырып көрейік. Терминдерді аударуға қарсы болушылар тілдердің арасындағы мәдени, ғылыми-техникалық байланыстың болуы үшін ортақ ғылыми ұғымдардың, атаулардың тілдерде өмір сүруі қажет болып табылады екен. Яғни ғылыми түсініктік үшін де осы бағыттағы терминдердің болғаны жөн сияқты. Ақпараттық мәтіндерді аударудың ерекшелігі - газет-ақпараттық хабарламаның тақырыптары мен құрылымын беру кезінде айқын көрінеді, бұл оларды егжей-тегжейлі қарастыруды қажет етеді. [4, 203 б.].

Жаңалықтарда Мирас Дәуленовтің сұхбаты және оның айтылған ойы да қолданылған. Қазақ тіліне аударылған аудармада министрдің айтқанын халыққа толығымен әрі нақты түрде жеткізілуі үшін аудармашы лексикалық және грамматикалық трансформацияны қолдану арқылы аударған. *CGP certificates* сөзінің аудармасы *ДжисуПи сертификаттары* деп транскрипциялық аударма жолымен аударылған. Негізі бұл атауды ана тілімізде жергілікті тілге бейімдеу әдісі арқылы аударған жөн. Сертификаттың атауын нақты берген дұрыс, бұқара халық сертификаттың түрін және оның қандай маңыздылығы бар екенін түсінуі керек. Күнсұлу Закарияның сұхбатында аудармашы терминдерді және атауларды, сонымен қатар берілген статистикаларды нақты және деректерге сүйене отырып өте сапалы аударған. Дегенмен, түпнұсқада Мирас Дәуленовтің және Күнсұлу Закарияның айтқандары дәйек ретінде қалса, қазақ тілінде толықтай аударылып, пассивті етіс арқылы аударылған.

Мақалалар мен ақпараттық хабарламалардың тақырыптары көбінесе оқырманның назарын аударуға, мәтіннің мазмұны мен тоналдылығы туралы алдын-ала хабардар етуге, мәтінді оқу барысында оқырманды қабылдауды ұйымдастыруға қызмет етеді. А. Ф. Архипов аударманы жүзеге асыруға дейінгі кезеңді және тақырыптарды нақты аудару үрдісін өзіндік жолмен жіктеген болатын [12, 205 б.]. Біріншісі мәтіннің мазмұнына байланысты тақырыптың ағымдағы мазмұнын анықтауды, оның нақты функционалды бағытын, экспрессивтілігінің дәрежесі мен сипатын, мәтінді ұйымдастырудағы тақырыптың рөлін анықтауды қамтиды. Екіншісі орыс тілінде басылымға шығатын газеттер мен журналдардағы ұқсас мәтіндердің тақырыптарын жобалау заңдылықтарын ескере отырып, тақырыптың ақпаратты неғұрлым толық ұсынылуын қарастырған. Тақырыптар жіктеуші, ақпараттандырушы және қызықтырушы болып бөлінеді.

Сондай-ақ, терминдерді аударуға қарсы болушылар қазақ тіліндегі термин сөздердің, әсіресе, соңғы уақыттарда аударылып жатқан терминдердің қолайсыз, қолдануға ыңғайсыз екендігін және оған ешкімнің түсіне бермейтіндігін алға тартады. Бұның арғы жағында шындық бар шығар [3, 234 б.]. Жалпы жаңалықтар аудармасындағы талаптардың бір сарыны терминология болғандықтан қазақ тіліндегі аударма ережесіне сай болуы тиіс. Қандай жағдай болмасын, терминологиялық сөздіктер, қос тілдің аударма сөздіктерінің аударма барысында орынды түрде қолданылатыны еш күмән туғызбайды, және де цифрлы заманда олардың электронды нұсқалары көбірек сұранысқа ие болуда.

Лексикалық, семантикалық, грамматикалық қырынан жаңалықтар топтамасын әзірлеуде барлық тілдік, стилистикалық және мәнмәтіндік нормалар сақталуы тиіс. Жаңалықтар көпшілікке белгілі термин, арнайы сөздер, неологизм, риторикалық құралдардың қолданылуы арқылы халық үшін қолжетімді болуы керек. Қысқарған сөздер, соның ішінде ғылыми-техникалық терминдер, – қазақ тілі табиғатына тән емес құбылыстардың бірі. Бір дауысты, бір дауыссыз болып қысқартылып, айтуға, жазуға оңтайлы болған жағдайда ғана қысқарған сөздер, соның ішінде терминдерді, қолдануға болады.

Қорыта айтқанда, жаңалықтарды аудару - бірнеше мәрте саралау мен мәтіннің толыққанды көрерменге, тыңдарманға не оқырманға сапалы түрде жеткізілуі. Уақыт ағымына қарай ақпараттың халықтың құлағына тез арада жетуі маңызды болып табылады. Сандық-

ақпараттық жүйенің дамуы жаңалықтардың жылдам таралуына септігін тигізді. Алдағы уақытта жаңалықтардың сапалы аудармасы ең мықты болады деп үміттенеміз. Себебі мынада: жаңашыл трансформациялар тек ғаламтор, әлеуметтік желінің айналасында ғана емес, аударма үрдісінде де өз көрінісін тапты. Зерттеу аясында қиындықтардың бірі – аудармашының балама тауып, ақпаратты тұтынушы көрермен, тыңдарман және оқырман алдына сапалы түрде ұсынуында болды. Қатесіз әрі тиянақты түрде аударылған мәтін әрқашан арнаның ғана емес, қазақ тілінің де беделін асырады.

ӘДЕБИЕТ

1. Валеева Н.Г. В Теория перевода: культурно-когнитивный и коммуникативно-функциональный аспекты: Монография. – М.: РУДН, 2010. – 245 с.

2. Алдашева А. Аударматану: Лингвистикалық және лингвомәдени мәселелер. – Алматы: Арыс, 1998. - 215-230 б.

3. Әбдірәсілов Е. Терминдерді аудару мәселесі. – Алматы: Palitra press, 2015. – 29-35 б.

4. Тарақов Ә. Термин және оның аударылуы. – Алматы: Palitra press, 2015. – 203 б.

Перевод текстов СМИ с английского и немецкого языков на русский : Электронное учебно-методическое пособие / А. Н. Злобин, А. В. Пузаков. Мордова. мем. ун-т. – Саранск, 2015. – 154-165 б. - <https://www.fld.mrsu.ru/wp-content/uploads/2016/09/Perevod-tekstov-SMI-s-anglijskogo-i-nemeckogo-yazykov-na-russkij.pdf>

Пумпянский А. Л. Введение в практику перевода научной и технической литературы на английский язык / А. Л. Пумпянский. - 2-е изд., доп. - М.: Наука, 1981. - 344 с.;

<https://tass.ru/info/8979501> Ситуация в зоне нагорнокарабахского конфликта 16 шілде 2020, 14:21

<https://www.ktk.kz/kz/newsfeed/article/2020/09/27/159778/> жариялыным уақыты 14:48 27.09.2020

<https://qazaqtv.com/en/news/health/7243-qazvac-vaccine-nears-halfway-point-in-phase-three-clinical-trials>

<https://qazaqtv.com/kk/news/health/7239-otandyk-vaktsina-kashan-koldanyska-enedi>

МАТЕРИАЛДАР ЖИНАҒЫ

«Мәдениетаралық коммуникация және тілдер мен мәдениеттерді функционалды-прагматикалық зерттеу»

тақырыбында республикалық дөңгелек үстел
15 сәуір, 2021

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

республиканского круглого стола на тему
«Межкультурная коммуникация и функционально-прагматические исследования языков и культур»

15 апреля 2021

REPUBLICAN ROUND TABLE MATERIALS

“Intercultural communication and functional-pragmatic studies of languages and cultures”

April 15, 2021



ISBN 978-601-270-473-0

Директор издательства
Есенгалиева Б.А.

Компьютерная верстка
Ахметова Р.С.

Подписано в печать 28.05.2021.
Формат 60х84 $\frac{1}{16}$, Объем 5,5 п.л.
Печать офсетная. Бумага офсетная.
Заказ № 2019. Тираж 100 экз.



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