

Смағұлова А.С.¹

филология ғылымдарының кандидаты, халықаралық қатынастар факультеті дипломатиялық аударма кафедрасының доценті. әл-фараби Алматы, Қазақстан
e-mail: aigerim_0715@mail.ru tel.: +7 7011674373

Түсіпова А.К.²

филология ғылымдарының кандидаты, доцент
Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университеті Алматы, Қазақстан
e-mail: a.tussupova@mail.ru

Садықова Ж.Е.³

гуманитарлық ғылымдар магистрі,
практикалық ағылшын тілі кафедрасының аға оқытушысы
Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті Алматы, Қазақстан
e-mail: zhanna_1111@mail.ru

ГАЗЕТ -ЖУРНАЛ АҚПАРАТТЫҚ МӘТІНІН АУДАРУДЫҢ ТАНЫМДЫҚ ЖӘНЕ КОММУНИКАТИВТІК ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Аннотация. Мақала көрнекті газет - журнал ақпараттық мәтінін аударудың танымдық және коммуникативтік ерекшеліктеріне арналған. Газеттер мен журналдар – қоғамдық санаға әсер ететін қуатты құрал. Газет-журналдың үгіт-насихат қызметінің маңыздылығы, әсер ету сипаты мен формалары белгілі бір тарихи кезеңнің әлеуметтік міндеттерімен, қоғамдық өмірдің өткірлігімен тікелей анықталады. Газет пен журнал стилінің аударма процесіне тікелей әсер ететін бірқатар ерекше белгілері бар. Бұл стиль ұстанатын негізгі мақсат - ақпаратты қабылдаушы адамға қажетті әсер ету мақсатында белгілі бір позициялардан нақты ақпаратты беру. Газет пен журнал стилінің негізгі айырмашылығы - арнайы білімі жоқ көптеген адамдар үшін түсінікті мазмұнда. Газет-журнал стилінде кез келген фактілердің берілуі болатынын ескерсек, бұл жерде ұғымдар мен құбылыстардың кең ауқымын айқындайтын тым нақты терминдер мен белгілеулер қажет.

Кілт сөздер: публицистикалық стиль, клише, дәйексөздер, бұқара, экспрессивті ақпарат, негізгі компоненттер, негізгі басымдық, семантикалық топтардың өзгеруі, "Аудармашының жалған достарына", реалий.

Смағұлова А.С.¹

кандидат филологических наук, доцент кафедры дипломатического перевода факультета Международных отношений Казну им. аль-фараби Алматы, Казахстан
e-mail: aigerim_0715@mail.ru tel: +7 7011674373

Тусупова А.К.²

кандидат филологических наук, доцент Казахский Национальный Женский Педагогический Университет Алматы, Казахстан
e-mail: a.tussupova@mail.ru

Садыкова Ж.Е.³

магистр гуманитарных наук,
старший преподаватель кафедры практического английского языка
Казахский Национальный педагогический университет им.Абая Алматы, Казахстан
e-mail: zhanna_1111@mail.ru

ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ГАЗЕТНО- ЖУРНАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ТЕКСТА

Аннотация. Статья посвящена познавательным и коммуникативным особенностям перевода газетно-журнальных информационных текстов. Газеты и журналы – мощный инструмент воздействия на общественное сознание. Значимость, характер и формы влияния газетно-журнальной агитационной деятельности непосредственно определяются социальными задачами того или иного исторического периода, остротой общественной жизни. Стиль газеты и журнала имеет ряд отличительных особенностей, непосредственно влияющих на процесс перевода. Основной целью, которой придерживается этот стиль, является передача конкретной информации с определенных позиций с целью оказать необходимое воздействие на человека, принимающего информацию. Основное различие между стилем газеты и журнала заключается в содержании, понятном многим людям, не имеющим специальных знаний. Учитывая, что в газетно-журнальном стиле происходит передача каких-либо фактов, здесь необходимы слишком конкретные термины и обозначения, определяющие широкий круг понятий и явлений.

Ключевые слова: публицистический стиль, клише, цитаты, массовость, экспрессивная информация, основные компоненты, основные приоритеты, смена смысловых групп, "ложные друзья переводчика", реалии

A.S. Smagulova¹
candidate of philological sciences, associate professor of the department of Diplomatic Translation, faculty of
International Relations al-Farabi Kazakh National University
Almaty, Kazakhstan
e-mail: aigerim_0715@mail.ru +7 7011674373

Tussupova A.K.²
candidate of philological sciences, associate professor
Kazakh National Women's Pedagogical University
Almaty, Kazakhstan
e-mail: a.tussupova@mail.ru

Sadykova Zh.E.³
master of humanitarian sciences, senior lecturer of the chair of practical English
the Abai Kazakh national pedagogical university
Almaty, Kazakhstan
e-mail: zhanna_1111@mail.ru

INFORMATIONAL AND COMMUNICATIVE FEATURES TRANSLATION OF NEWSPAPER-MAGAZINE INFORMATION TEXT

Annotation. The article is devoted to the cognitive and communicative features of the translation of the newspaper and magazine information text. Newspapers and magazines are a powerful tool of influence on public consciousness. Significance, character and forms of influence of newspaper and magazine agitational activity are indirectly determined by the social tasks of this or that historical period, the sharp process of public life. The main goal, which is supported by this style, is the transfer of specific information from specific positions with the goal to show the necessary action on the person receiving the information. The main difference between the style of a newspaper and a magazine is the content, which is understood by many people who do not have specialized knowledge. Considering that in the newspaper-magazine style there is a transfer of certain facts, there are too specific terms and meanings that determine the broad circle of concepts and phenomena.

Keywords: journalistic style, cliché, quotes, mass, expressive information, main components, main priorities, shift of semantic groups, "false friends of the translator", reality.

Кіріспе

Публицистикалық стиль – мақала, эссе, репортаж, сұхбат жанрларында қолданылатын сөйлеудің функционалдық стилі. Публицистикалық стиль бұқаралық ақпарат құралдары (газеттер, журналдар, теледидар, плакаттар, буклеттер) арқылы адамдарға әсер ету қызметін атқарады. Газеттік-журнал сөйлеудің ерекшелігі, ең алдымен, оның ерекше және әдейі экспрессивтілігінде айқындалады. Публицистиканың барлық жанрларында оларды біртұтас тұтастыққа біріктіруге мүмкіндік беретін көптеген ортақ белгілер бар. Ал бұл ортақ белгілер олардың ортақ қызмет атқаруымен байланысты. Публицистикалық стильдегі мәтіндер қашанда бұқараға арналып, ақпараттық-танымдық қызметпен қатар ықпал етуші қызмет атқарады. Публицистикаға тән қасиет – ол бір адамға емес, бұқараға, жалпы қоғамға, оның жекелеген әлеуметтік топтарына әсер етеді. Публицистикалық стильде авторлық даралық ғылыми, ресми-іскерлік стильге қарағанда әлдеқайда күштірек көрінеді. Дегенмен, бұл жағдайда автор өзін нақты тұлға ретінде ғана емес, сонымен бірге қоғамның өкілі, белгілі бір әлеуметтік идеялардың, мүдделердің және т.б.

Негізгі бөлім

Газет-журнал стилінің ерекшелігі – өзекті ақпарат мазмұны, императивтілік, эмоционалдылықтың жоғарылауы, ашық бағалаушылық, жарнамалық.

Публицистикалық стилінің ерекшеліктері ретінде кез келген публицистикалық мәтінді құрастыратын 3 негізгі компонентті бөліп көрсетуге болады:

1. Лид

Бұл мәтіннің негізгі идеясын көрсететін мәтіннің бірінші, негізгі немесе жетекші абзацы, «тақырыбы» немесе мақаланың аннотациясы. Бастауыш жиі басқа қаріппен немесе түспен бөлектеледі, әдетте мәтіннің 3-5 жолын алады. Лид-ті назардан тыс қалдыруға болмайды. Ол сенсациялық немесе драмалық болуы мүмкін, ол оқиғаның егжей-тегжейлерін аша алады немесе жаңалықтарды қысқаша сипаттай алады, оқырманды қызықтыруы немесе сынауы мүмкін.

2. Дәйексөздер.

Барлық журналистік зерттеулердің 90%-ы сұхбатқа немесе басқа бастапқы дереккөздермен жұмыс жасауға негізделген. Сондықтан цитаталардың жаңалықтар репортажында ерекше орын алуы ғажап емес.

3. Қысқалық және оқуға ыңғайлылық.

Сөйлемдер мен абзацтар қысқа және қарапайым болу қажет. Бұл мәтіннен ұзақ құрмалас сөйлемдерді таппайсыз дегенді білдірмейді, бірақ көп жағдайда – қысқалық – көбірек құпталады. Сонымен қатар, мәтінді терминдермен асыра алмау өте маңызды. Сонда да публицистикалық стильдің мәтіндері көпшілік аудиторияға түсінікті болуы керек.

Газет пен журнал мәтінін алушылар көбінесе халықтың қалың бұқарасы болып табылады. Бірақ кейбір басылымдардың жасы тар, сыныптық немесе тақырыптық бағыты бар. Мәтіннің қолжетімділігі

оқырман ақпаратының кеңдігіне байланысты. Газет-журнал стилінің өзіне тән ерекшелігі-бұл сөйлеу жанрында клише мен фразеологизмді қолданудың өте жоғары жиілігі. Аударма кезінде фразеологизмдерге өте мұқият болу керек. Оларды семантикалық бірлік ретінде қарастыру қажет және аударма тілінде ұқсас сөздерді табуға тырысу керек. Бұл "нақты фразеологиялық бірліктерді" - идиомаларды, мақал-мәтелдерді беру әдісі. Кейбір жағдайларда фразеологизм толығымен қолданылмайды, тек оның бір бөлігі ғана. Сонымен қатар екі фразеологизм бір-бірімен тығыз байланысты болуы мүмкін (контаминация). Аудармашының басты мақсаты-семантиканы, яғни түпнұсқаның мағынасын сақтау.

Журналистер барлық оқырмандарға таныс кинофильмдердің, мультфильмдердің, танымал әндердің, жарнамалардың жасырын немесе анық дәйексөздерін дайын "блоктар" ретінде пайдаланады.

Фразеологизмдер, клишелер және жасырын дәйексөздер газет пен журнал мәтіндерінде эмоционалды ақпарат береді және бұл синтаксистік құралдар арқылы жасалады (ұзақ және қысқа сөйлемдердің контрасты, инверсия және т.б.).

Газет-журнал мәтіндерін аударғанда «сәнді сөздер» деп аталатын сөздерді ескеру керек. Оларды тану қиын болмайды, өйткені «сәнді сөздер» бүгінде жиі қолданылатын сөздерді білдіреді: краудфандинг, маркетинг, агриться және т.б. Сөздер оқырманның мәтінге деген сенімін арттырып, ақпараттың өзектілігін (заманауилығын) арттырады деп есептеледі.

Сонымен, газет немесе журнал мәтінін дұрыс аудару үшін аударманың негізгі басымдықтарын есте сақтау керек:

- Сандық деректер, меншікті атаулар, фирмалар мен мекемелердің атаулары (бірмағыналы эквиваленттер арқылы беріледі);
- Тілдің экспрессивтілігі оқырманның назарын аудару тәсілі ретінде, берілген ақпаратқа деген көзқарасты білдіру, бағалау екінін қою (экспрессивті, яғни өрнектердің ерекше коннотациялары бар, сөйлеу клишелері мен мөрлерін де кездестіруге болады); бағалау эпитеттерінің болуы; оқырманға тікелей қоңырау шалу (бұл ерекшеліктер көбінесе авторлық, жазылым материалдарын сипаттайды). Клише мен фразеологиялық бірліктер (вариант сәйкестіктері арқылы аударылады);
- Жасырын дәйексөздер (варианттық корреспонденциялар немесе түрлендіру, түсініктеме беру арқылы аударылады);
- «Сәнді сөздер» (лексикалық компенсация арқылы аударылады).

Бұл құралдар газет-журнал мәтінінің жаңа ақпаратты жеткізу, оларға белгілі бір баға қоя отырып, коммуникативті ерекшеліктерін көрсетеді.

Газет-журнал мәтінін аудару үшін оның ақпараттық мазмұнын, семантикалық құрылымын анықтау қажет. Аударма теориясында түпнұсқа мен аударманың бейнелі ақпаратының көлемін салыстырмалы түрде анықтау маңызды рөл атқарады. Бейнелі ақпаратты талдау сөзге тұрақты түрде бекітілген бейнелі ақпараттың көлемі мен мазмұнын анықтайтын және салыстыратын тіл деңгейінде жүргізілуі керек. Экспрессивті ақпаратты аудару арқылы аудару мәселесін қарастыра отырып, ағылшын және орыс тілдеріндегі сөздердің бейнелі қолданылуының бір бөлігі өрнек күшіне сәйкес келетінін атап өткен жөн. Мысалы, сөздік корреспонденциялар болып табылатын түпнұсқа мен аударманың жалпы стилистикалық метафораларында бірдей экспрессивті ақпарат байқалады. Өрнектің күші бейнелі құралдың семантикалық негізін сақтау үшін қолданылатын лексикалық түрлендірудің түріне байланысты емес.

Семантикалық негіздің сәйкестігі және сол арқылы түпнұсқа мен аударманың номинативті функциясының абсолютті сәйкестігі әрдайым экспрессивті функцияның барабар берілуімен қатар жүрмейді. Бірдей семантикалық негіздегі экспрессивті ақпарат көлемінің сәйкес келмеуі тілдік эквиваленттердің бейнелі мағыналарының екі тілдегі өрнек дәрежесінің айырмашылығына байланысты туындайды. Бұл жағдайда, ақпараттың біреуін өзгерткен кезде, әлсіреген немесе күшейтілген сөйлеу нұсқалары туралы айтуға болады: бейненің экспрессивті ақпаратын өзгерткен кезде номинативті, эмоционалды-бағалау және эстетикалық функциялар бірдей.

Аудармаларда метафоралық бейнелер мен ілеспе экспрессивті ақпараттың әлсіреуі байқалады, жеке стилистикалық бейнелерді жалпы стилистикалық және жалпы стилистикалық-лексикалық эквиваленттермен де, трансформацияға негізделген нұсқалармен де беру кезінде. Түпнұсқа метафорасының семантикалық негізі көп жағдайда белгілі бір логикалық-семантикалық принциптерге сәйкес аударма метафораларының семантикалық негізімен байланысты. Лексикалық түрлендірулер арасында саралау және нақтылау ерекшеленеді; мағыналарды жалпылау; семантикалық (немесе логикалық) даму; тұтас трансформация; өтемақы. Газет-ақпараттық материалдарда әрдайым көптеген мағыналары бар көптеген терминдер, бірдей синонимдік терминдердің барлық топтары, қысқартулар мен атаулар бар. Мысалы, ағылшын тіліндегі саяси терминологияда "мемлекет" термині "мемлекет" және "мемлекет" дегенді білдіруі мүмкін, ал ережелер мен заңнамалық жарғыларды "Жарғы", "Жарғы", "Конституция нормалары" деп атауға болады. Бір терминді әртүрлі аспектілерде қарастыруға болады және сәйкесінше ол қолданылатын идеологиялық мағынаға ие болады.

"Аудармашының жалған достарына" ерекше назар аудару керек-сыртқы жағынан ұқсас сөздер екі тілде, олар іс жүзінде балама емес.

Сонымен, "перспективалы" perspective аударуға болмайды. Ағылшын тілінде бұл зат есім және ешқашан "перспективалы" сын есімінің аудармасы емес. Мүмкін (бірақ жалғыз емес) аударма: promising.

Аудармадағы семантикалық топтардың өзгеруін талдау көп жағдайда метафоралық топтың мысалдары аудармада сақталатындығын көрсетеді. Сонымен қатар, аудармашы көбінесе аудармадағы бастапқы тіл бейнесінің функциясын сақтауға мүмкіндік беретін түрлендірудің барлық түрлерінің ішіндегі ең Шығармашылық ретінде семантикалық даму және тұтас қайта құру әдістерін қолданады. Орыс тілінің валенттілік ерекшеліктеріне байланысты бастапқы тілдің жолдарын сақтау мүмкін болмаған жағдайда, аудармашы сипаттамалық аудармаға жүгініп, содан кейін аударма тілінің мәтініне өрнекті күшейтетін қосымша суреттерді енгізу арқылы метафоралық бейненің жоғалуын өтеуге тырысуы керек.

Реалийді аудару үшін кейде тақырыпты білу жеткіліксіз, өйткені басты қиындық, әдетте, контекст пен жағдайдың нақты жағдайларында шындықты беру әдісін таңдау болып табылады.

Түпнұсқа ойды дұрыс және дәл жеткізу үшін аударма тілінде ең қолайлы сөздерді тауып қана қоймай, оларды тиісті грамматикалық формада ұстау керек.

Осылайша, газет-ақпараттық мәтіндерді аударудың ерекшелігі, ең алдымен, арнайы терминдердің дұрыс берілуін қоса алғанда, түпнұсқадағы ақпаратты дәл жеткізуге қойылатын талаптардың жоғарылауынан тұрады. Сондықтан қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдарының интернационализмін ескере отырып, мұнда "аудармашының жалған достарының" мысалдары жиі кездеседі, бұл тиісті аудармамен жұмыс жасауда ерекше күтімді қажет етеді.

Газеттер мен журналдар – қоғамдық санаға әсер ететін қуатты құрал. Газет-журналдың үгіт-насихат қызметінің маңыздылығы, әсер ету сипаты мен формалары белгілі бір тарихи кезеңнің әлеуметтік міндеттерімен, қоғамдық өмірдің өткірлігімен тікелей анықталады. Газет пен журнал стилінің аударма процесіне тікелей әсер ететін бірқатар ерекше белгілері бар. Бұл стиль ұстанатын негізгі мақсат - ақпаратты қабылдаушы адамға қажетті әсер ету мақсатында белгілі бір позициялардан нақты ақпаратты беру. Газет пен журнал стилінің негізгі айырмашылығы - арнайы білімі жоқ көптеген адамдар үшін түсінікті мазмұнда. Газет-журнал стилінде кез келген фактілердің берілуі болатынын ескерсек, бұл жерде ұғымдар мен құбылыстардың кең ауқымын айқындайтын тым нақты терминдер мен белгілеулер қажет.

Клише газеттің оқырманның лингвомәдени тәжірибесін, коммуникациялық қажеттіліктерін, өзі өмір сүріп жатқан кеңістігінің көпмәдениеттілігін ескере отырып, үнемі «артынан ілесетінін» көрсетеді. Мұның бәрі газет-журнал стилінің жаңа формаларын, оқырман қауымға әсер етудің жаңа әдістерін қажет етеді. Клишенің газет-журнал стилінде қажеттілігі, оның бірден қажетті ассоциацияларды тудыруы және екіұштылыққа жол бермеуінен анықталады.

Қорытынды. Қорыта айтқанда қосу керек

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Гарбовский Н.К. Теория перевода. М. Издательство Московского университета, 2004. 248с.
2. Винокур Г.О. Язык нашей газеты // ЛЕФ. 1924. С. 124 (по ссылке Сычев А.С. Стилеобразующие факторы и stileобразующие черты газетно-публицистической речи. // Вестник Омского университета, 1999, Вып. 3
3. https://knowledge.allbest.ru/languages/2c0b65635b3ac69a5c53a88421216c26_2.html
4. Дридзе Т.М. Язык информации и язык реципиента как факторы информированности // Речевое воздействие. М., 1972. С. 34-80 ссылка из Дридзе Т.М. Социокультурная коммуникация: текст и диалог в семиосоциопсихологии. // Социокультурное пространство диалога. М., 1999. - 314с.
5. «Континент: экономика» <http://www.continent.kz/2009/03/12.htm>
6. <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=886028#text>

УДК 811.11

Каракулова А.М.

К.ф.н., доцент
КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Алматы, Казахстан
e-mail: uzdmatur@mail.ru

Төлегенова Н.С.

Магистрант
«7М02313 – Иностранная филология»
КазУМОиМЯ имени Абылай хана
Алматы, Казахстан
e-mail: nursaule99.22@gmail.com

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕЧИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ (НА ОСНОВЕ РЕЧЕЙ БАРАКА ОБАМЫ, ДОНАЛЬДА ТРАМПА)

Аннотация: В данной статье производится сравнительный анализ речи двух значительных фигур в американской политике, Президентов США разного времени – Барака Обамы и Дональда Трампа. В качестве примеров были выбраны инаугурационные речи политиков 2009 (Барак Обама) и 2017 (Дональд Трамп) годов. Построение сравнительного анализа происходило по с использованием сравнительного метода – Диаграммы Венна, а также отдельном кратком анализе каждой речи.