

ГАЗЕТТІК МАҚАЛАЛАРДЫ АУДАРУДЫҢ МӘДЕНИЕТАРАЛЫҚ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Мырзахмет М.М¹, Саметова Ф.Т.²,

¹2 курс магистранты, «М 056 – Аударма ісі, ілеспе аударма»,
Абылай хан атындағы ҚазХҚ және ӘТУ,

²филология ғылымдарының кандидаты, профессор,
«Қайнар» академиясы

Алматы, Қазақстан

e-mail: 180710@ mail.ru; malika_009@bk.ru

Аңдатпа: Аталмыш мақала газет бетіне жарияланатын мақалаларды аударудың мәдениетаралық ерекшеліктеріне бағытталған. Газеттік мақалаларды аудару тілдік және мәдениетаралық қарым-қатынас этикасына сай келуі тиіс. Газет бетіне жарияланатын мақалалар медиа дискурс мәнмәтінінде өзіндік спецификасымен ерекшеленеді, сол себепті мақалада түрткі болатын мәселе – газеттік мақалаларды аударудағы қателіктер және оларды шешу жолын табу.

Тірек сөздер: Газеттік мақалалар, экспрессивті лексика, мәдениетаралық қарым-қатынас, қазақ тілді оқырман, публицистикалық стиль, медиа дискурс, бұқаралық ақпарат құралдары.

Жаһандану заманындағы коммуникация қазіргі қоғамда мультимедиялы, көпсалалы, кешенді болып келеді. БАҚ коммуникацияның негізгі құралдарының бірі бола отырып, қоғамдық ойды қалыптастыруға үлкен әсер етеді. Оның барлығы ақпаратты бір тілден екінші тілге берудің ақпараттылығына, жылдамдығына байланысты. Ғылыми және ақпараттық жетістіктер бұрыннан да қоғамдағы «төртінші билік» деп аталған масс-медияның қазіргі ақпараттық заманда ықпалы зор күшке айналған феномен болуына әкелгені анық. Бүгінгі таңда біз өмірімізді бұқаралық ақпарат құралдарынсыз елестете алмаймыз.

Баспасөз деректері қоғам мен болмыстың шынайы, сан алуан түрлі бейнесінің көрсеткіші болғандықтан оларды басқа тілге аударып, дәл жеткізу өзектілігі өсуде. Қоғам мен әлемдегі болып жатқан өзгерістердің барлығы баспасөз беттері, теледидар, ғаламтор желісінде көрініс табады. Қазіргі оқырман, ақпараттық, сандық заманына сай, әлем жаңалықтары мен шетелдік өмірдің ағымын әр сәтте біліп отырғысы келеді. Нақтырақ айтқанда, оның бәрі аударма ісінің қажеттілігін өсірумен бірге оның сапасына қойылатын талаптардың да өсуіне әкеледі.

Газеттік мәтінді аударудың негізгі спецификасы қазіргі уақытта аударматану саласындағы көкейкесті мәселелерінің біріне айналып отыр. «Газеттік мәтін» сөз тіркесі бұл зерттеуде, бір жағынан, тек газет бетінде ғана жарияланған мәтін емес, сонымен қатар түрлі журналдарда жарық көрген мақала, көпшілік назар аударатындай, қызық, әлеуметтік маңызы бар іс-шара, тұсаукесер, халықаралық көрме, кездесулерге арналған шолу, репортаж

сияқты материалдарды да қамтып, кең мағынада қолданылады. Сонымен қатар «газеттік мәтін» сөз тіркесі жалпы көпқабатты, көпкомпонентті медиадискурс ұғымының бір компонентін ғана құрайтын бөлшегі, яғни дискурс бірлігі десе болады. «Газеттік мәтіннен» басқа медиадискурс ұғымына ақпарат жіберуші тілші, оны қабылдаушы оқырман / көрермен / тыңдаушы, коммуникативтік жағдаят т.б. құрастырушы компоненттер (дискурс бірліктері) кіреді.

Ең бастысы – *газеттік мәтін* сөз тіркесі терминдік мағынаға ие болып, терминге айналған сөз тіркесі өзіне ғана тән мақсатты атқарады. Оның мақсаты – жаңа ақпарат хабарлау (жеткізу) және оқырманға тигізген әсерімен ықпал ету. Сондықтан ақпарат қайдан пайда болғанына, яғни оны таратқан дереккөзге мән беріліп те зерттеледі. Әсіресе әлемде кең таралған ағылшын тілді АҚШ, Ұлыбритания сияқты мемлекеттердің бұқаралық ақпарат құралдарының айтарлықтай рөлі мен тигізетін әсері белгілі. Газеттік ақпараттың оқырманға тез әрі сапалы түрде жеткізілуі лингвисттер мен кәсіпқой аудармашылардың басты мақсаты болғандықтан, ағылшын тілді жаңалықтарды аудару публицистикалық стильдің атқаратын қызметіне сай келуі тиіс. БАҚ мәтіндері қабылдаушы, яғни оқырманға, автордың ойы, пайымдау, тұжырымдамалары көздеген әсер етіп, ықпалын жеткізу арқылы бүкіл оқырман қауымның ортақ пікір, көзқарастарының қалыптасуына әкеледі. Публицистикалық стильдің басты стилдік ерекшелігі осында. Бұл мақсатқа жету үшін медиа тілі – көпшілікке арналған сөйлеу тілінің нақышы ретінде қабылдаушы, адресатты баурап, өзіне қаратып алу керек. Ол мақала, келіссөз, репортаж, сұхбаттарда қолданылады.

Публицистикалық стильде экспрессивті-эмоционалды лексика, метафора, эпитет, тұрақты тіркестер мен қанатты сөздер, салыстыру тәсілі, риторикалық сұрақтар кеңінен пайдаланылады [1]. Талдауға алынған газеттік мәтіндерді аударуда публицистикалық стильдің дәл осы ерекшелігі ең үлкен қиындық, кедергілер тұғызатыны белгілі.

Оның себебін танымал ресейлік зерттеуші С.Г. Тер-Минасова келесідей түсіндіреді: «Әр тілде болмыстың зат, құбылыстары жөніндегі ұғымдары ұлттық санада әртүрлі түсініктерге негізделеді. Сондай-ақ әр тілдің сөздері де өзінің, сөзге тән өмірімен белгіленеді, басқа сөздермен өзіне тән әдістермен байланысып, әртүрлі стилистикалық және әлеуметтік-мәдени коннотацияларға ие» [2, 63].

Газеттік мақалаларды аударуда *газеттік лексика* термині қолданысқа ие. Бұл терминнің астарында БАҚ мәтіндерінің сөздік қорын толықтыратын маңызды тірегі бар. Әр тілдің сөздік қоры тілдің маңызды бірізділігінің негізін құрайды, сонымен қатар ақпараттың барынша дәлме дәл жеткізілуіне де ықпал тигізеді. Жаңалықтар, пресс-релиздер, медиа, сандық материалдардың барлық түрлері, қандай да түрде (жазбаша әлде ауызша, қағаз бетінде басылым болсын, электронды, сандық түрде жарияланған болсын) публицистикалық стиль шеңберінде болып, осы стильдің функционалдылығына бағынады. Жазбаша стильдің газет-журнал нұсқасындағы ерекшелігі, ауызша нұсқаға қатысты кейбір ауытқулардан басқа, ең алдымен мәнмәтінді терең түсініп,

айтылған клишелер мен фразеологизмдерге көңіл бөлуді талап етеді. Олардың аудармасы ерекше мәселе болып табылады, өйткені оларды сөзбе сөз аудару, мүмкін емес, өйткені олар біртұтас болып табылады, сондықтан оларды семантикалық тұтас ұғым ретінде қарастырып, тікелей мағынадағы сөздермен ауыстырмай, оқырманға тиянақты етіп жеткізу керек. Мысалы, Алматы қалалық «Алматы ақшамы» газеті 2020 ж. 18 қаңтарда шыққан №7 санында атқарылған жұмыстар жөніндегі ақпаратында қазақ тілінің сөздік қорында баламасы бола тұра, оның орнына орыс тілді түпнұсқа сөзбе сөз аударылған.

Түпнұсқа	Аударма
Аналогичная ситуация была по ул. Средней, где также было скопление талых и дождевых вод с поднятием уровня воды на 1 метр. Для решения данного вопроса проведено строительство дренажной системы для отвода талых и дождевых вод протяженностью 218 м [3]	Осыған ұқсас жағдай Средняя көшесінде де болды, онда еріген және жаңбырдың суы жиналып, су деңгейі 1 метрге көтерілген. Осы мәселені шешу үшін ұзындығы 218 метрлі еріген және жаңбырдың суларын басқа бағытқа бұратын дренаж жүйесінің құрылысы жүргізілді [4]

«Еріген» сөзі бұл контекстте қардың суымен байланысты. Оны қазақ тілінде ежелден «қызылсу» деп атайды. Демек, «еріген» сөзі қате, сөзбе сөз, жаңсақ аударма. Аудармашының мұндай олқылықтары қазақ тілінің лексикалық қорына нұқсан келтіру қауіпін де ескеру керек.

Талдауға алынған сөйлемде тағы бір олқылық ұшырасады. Түпнұсқа орыс тілінде өлшем атауы сан есіммен бірге қолданып 218 м [метр] деп айтылып, зат есіммен берілсе, аударма тілінің грамматикалық құрылымына сай 218 метрлік деп сын есіммен берілуі керек еді. Бірақ техникалық ақау ма, аудармашының қатесі ме, басылып кеткендіктен дәлелді айту қиын болғанымен, нәтижесінде газет бетінде «метрлік» сын есімнің орнына «метрлі» деген сөз тұр. Бұл – сөзжасамдық, яғни грамматикалық деңгейдегі, олқылыққа жатады.

Аудармада екі фразеологиялық бірліктердің ара қатынасы мен мағыналық сәйкестігі әрқашан зерттеушілердің қызығушылығын танытып, назарында болады. Мысалы, орыс тіліндегі *Слово не воробей, вылетит не поймаешь* фразеологизмінің қазақ тіліндегі *Айтылған сөз атылған оқпен тең* баламасының мағыналық, стилистикалық, экспрессивтік сәйкестіктері өте жоғары деңгейде. Эквиваленттер табылған кезде сөзбайламға келу керек. Іс жүзінде фразеологиялық бірліктердің құрамын өзгерту нұсқалары әлдеқайда көп, ал аудармашының міндеті – өзгерісті байқап, оны аудармада ескеріп, көрсетуге тырысу.

Ағылшын тілінен жүргізілген аударма зерттеушілері арасында препозитивті атрибутивті топтар, яғни "бірқатар өзіндік ерекшеліктері бар және аудармашыға көптеген күрделі міндеттер қоятын" тіркестерге көбірек назар аударылуда [5, 46]. Соның қатарына атрибутивті сөз тіркестері де кіреді. Мысалы, келесі сөйлемдегі: «Разработан проект по системе водоснабжения и канализации «Музтау» (Бутаковка)» [3] – «Мұзтау» (Бутаковка) тұрғын массивін сумен жабдықтау және кәріз жүйесі бойынша жоба әзірленді» [4] курсивпен берілген үзінді атрибутивті сөз тіркестерінің аудармасы

түпнұсқаның күрделі көпмүшелі оралымның мазмұнын толық және дәл жеткізген. Аудармашы мұндай сөз тіркестерінің құрылымдық-семантикалық ерекшеліктерін анықтап, туындаған қиындықтарды жеңу үшін аударма тіліндегі осы мағынаны жеткізуге лайық баламаларының ең жақынын таңдау мәселесін ұтымды шешу керек. Сондықтан, мұндай сөз тіркестерді аудару туралы мәселені қарастырған кезде алдымен олардың құрылымдық-семантикалық ерекшеліктеріне тоқталып, тілдің лексика-фразеологиялық қорында баламалар табылмаған кезде оларды аударудың лайықты әдістерін таңдап, қолданады [6].

Газеттік баспа мақалаларын аударудағы өзіндік ерекшеліктер тек қана атрибутивті сөз тіркестерінің қолданылуымен шектелмейді. Жаңалықтар айдарын (таблөйдтарды) аудару мәселесі де назар аударатындай мәселе болып табылады. Себебі қабылдаушы, яғни қырманның, көзіне ең алдымен жаңалықтың тақырыбы түседі. Тақырыптың көкейкестілігі, оның аудитория қызығушылығын тудыруы мақала атауының тақырыпты тартымды тұрғыда берілуімен тікелей байланысты. Егер тақырып тиянақты түрде аударылса, ақпарат толығымен қамтылды деп айтуға болады. Газеттік баспада оқырманның назарын аудартатын бірден бір аспект – мақаланың тақырыбы. Сондықтан оның аудармасы да жоғары шеберлікті талап етеді.

Ағылшын тілді жаңалықтардың айдары қазақ не орыс тілді жаңалықтардың тақырыптарына қарағанда өзгеше екені байқалған. Көп жағдайда жаңалықтар атаулары жалғыз сөзді зат есім, сөз тіркес, толымсыз сөйлемнен тұрады. Мысалы: «*Dubai's best rooftop views*» – «Дубай төбесінен ең жақсы көріністер», «*One country, two wars*» – «Бір ел, екі соғыс».

Жоғарыда айтқандай, публицистикалық стильдің экспрессивті, эмоционалды болуы – өзіне тән, мақсатынан туындайтын өзгешілігі. Осы тұрғыда газет мәтіндердің атаулары сұраулы сөйлемдермен беріледі. Бұл оқырманның назарын аудартудың өзіндік бір тәсілі десе болады. Мысалы: «*Can the eu play a role as israeli-palestinian violence escalates?*» – «Израиль-палестиналық зорлық-зомбылықтың күшеюінде Еуроодақтың рөлі мүмкін бе?» Мақала атауы оқырманды бір көргеннен қызықтыру мақсатында шын мәнінде қойылған сұрақ арқылы, не болмаса сұраулы сөйлем формасына жасырын жауап беру арқылы, яғни риторикалық сұрақ, әлеуетіндегі күші пайдаланады.

БАҚ мәтіндері, әсіресе жаңалық-ақпараттық блок туындылары, шұғыл, телеграфтық стильде басып шығарылады. Сондықтан мәтіндерде көбінесе артикль, басқа да қосымша сөздер, *to be* етістігі түсіріліп, ырықсыз етіс арқылы құрылған пассив формадағы оралымдар орын алады. Мысалы: *Contract Signed* – Келісімшартқа қол қойылды; *The Russian Athlete (is) Winning Prize* – Ресейлік спортшы жеңімпаз (болып табылады); *Houses (are) smashed by Hurricane*. – Дауылдан (дауыл салдарынан) үйлер бұзылды.

Мысалдарда жақшаға алып көрсетілгендей, аудару процесінде түсіру әдісін пайдалану арқылы мағынасы да сақталып, атауға тән ықшамдылық та сақталған [7].

Және де газет мәтіндерін аударуда жүйелі түрде кездесетін грамматикалық өзгертулердің арасында етістіктің шақ түрлерін ауыстырулар да әрдайым аудармашының назарында болады. Осы тұрғыда мәтін лингвистикасын алғашқы зерттеуге алған И.Р. Гальперин адам санасының өткен оқиға, деректерді болашақ оқиғалардан гөрі жақынырақ сезініп қабылдауына байланысты, етістік өткен шақ түрі келер шақтан гөрі көбірек қолданылатынын тұжырымдайды [8, 92] Мысалы: *They to meet in USA – Олар АҚШ-та кездеседі*. Ағылшын тіліндегі осы шақтың жай түрі үнемі болатын іс-әрекет, қимылдарды сипаттау үшін қолданылып, аудармада да дәл осы мағынада ауыспалы осы шақ формасы алынады.

Сонымен, зерттеушілердің көзқарасы бойынша, газеттердегі ақпараттық мәтіндердің барлық ерекшеліктері аудармашының кәсіби шешімдерін қажет етеді. Мұндай жағдайлардың көпшілігінде сөзбе-сөз аударма мүмкін емес, ал аудармашыға ең ұтымды эквивалентті таңдау үшін әдеттегі кәсіби қасиеттерден басқа, керемет тіл сезімі, тапқырлық пен жылдамдық қажет [9].

Ұқсастық пен айырмашылық элементтері бір сөйлеу жанрындағы ағылшын, орыс, қазақ тілді мәтіндерін салыстырғанда, осы үш тілдегі газет-ақпараттық материалдарды талдауда да кездеседі. Оның себебі, біріншіден, жанр табиғатынан туындайтын қызметі мен коммуникативтік мақсатына байланысты: ақпарат беру және оны қабылдаушы рецепторға қажетті әсер ету. Екіншіден, газет-ақпараттық мәтіндердің әрдайым бір тілден екінші тілге аударылып, сол арқылы бір біріне тигізетін ықпалына байланысты. Нәтижесінде саяси, экономикалық, әлеуметтік ұғым, терминдер, бағалау сөздер, сандық көрсеткіштер, өткірлігімен көзге түсетін атаулар т.б. публицистикалық қолданысқа тән тілдік материалмен сипатталады. Қазақстандық газет-ақпараттық мәтіндер сонымен қатар лексиканың стилистикалық әртүрлілігімен, клишелер мен неологизмдердің көптігімен, аббревиатураларды қолданумен ерекшеленеді.

Сонымен қатар, қазақ тіліндегі газет-ақпараттық стиль ұқсас ағылшын материалдарына тән емес көптеген тілдік сипаттамаларға ие. Лексика саласында жоғары салтанатты сөздердің (*жетістіктер, жөндеулер, жұмысшылар, алдын-ала тағайындаулар, диқандар, оңшыл, оңтайлы, халықтың ұлдары, тұрақты, белсенді және т.б.*), теріс бағаланған сөздердің (*шертулер, қулықтар, әдепсіздік, араздық – тура мағынада, ал саяхаттар, жастар, қуыршақ және т.б. – ауыспалы мағынада*), кеңейтілген және бейнелі қолданудағы әскери терминдердің (*дала жұмыстары, тыңға шабуыл, егін үшін күрес, резервтерді әскери тексеру, сын алауы, бесжылдықтың шекаралары, жаулап алынған позицияларды тапсыру, неке құрушыларға аяусыз соғыс жариялау және т.б.*) таралуы газет-ақпараттық материалдардың лексикалық өзгешелігін құрайтын белгісі.

Қазақ газетінің өзіне тән ерекшелігі – жұрнақтардың көмегімен құрылған дерексіз-жалпыланған мағынасы бар сөздерді қолдану жатқызылады. Жалпы, ақпараттық материалдардың синтаксисі күрделі, әсіресе құрмалас сөйлемдерді, прагматикалық және семантикалық құралдарды жиі қолдана отырып, аудару болып табылады. Құрамында ырыс етісте

қолданылған етістік негізіндегі пассивті құрылымдардың (*жоғары өнімділік жиналды, жаңа шипажай ашылды* және т.б.), басым болуы да байқалады, сондай-ақ ақпараттық семантика етістіктерінің жалпыланған-жеке формалары ретінде қарастырылады (*хабарлау, хабарлау беру*) [9].

Газеттік жаңалықтардың бір біріне сай келуін қадағалау керек. Бұл семантикалық және тілдік норманың сақталуына үлкен әсер етеді. Мысал ретінде «Егемен Қазақстан газетіндегі жарияланымға» көз салатын болсақ:

Түпнұсқа тілі (Қазақ тілі)	Аударма (Ағылшын тілі)
<i>Президент Қайрат Келімбетовті қабылдады</i>	<i>K. Tokayev receives Executive Director of the AIFC Kairat Kelimbetov</i>
<i>Кездесу барысында 21 сәуір күні өтетін Реформалар жөніндегі жоғарғы кеңестің бесінші отырысының күн тәртібіндегі мәселелер талқыланды.</i>	<i>The issues of the agenda of the fifth meeting of the Supreme Council for Reforms to be held on April 21 were discussed during the meeting.</i>
<i>Кездесу соңында Қасым-Жомарт Тоқаев Қайрат Келімбетовке ұлттық жобалардың тізімін және оларды қарастыру тәртібін нысықтауға қатысты бірқатар тапсырма берді.</i> https://egemen.kz/article/272059-prezident-qayrat-kelimbetovti-qabyldady [10]	<i>Kassym-Jomart Tokayev emphasized that the creation of the AIFC is part of the “100 concrete steps” Plan of the Nation, and pointed out the need for the effective implementation of the tasks.</i> https://en.egemen.kz/article/190951-k tokayev receives executive-director-of-the-aifc kairat-kelimbetov [11]

Ағылшын тіліне аудару барысында нақтылау трансформациялық тәсілі қолданылған.

Президент Қайрат Келімбетовті қабылдады - K. Tokayev receives Executive Director of the AIFC Kairat Kelimbetov

Аудармашы нақтылау тәсіліне сүйене, аударманы тура және ситуацияға қарай дәлдікпен аударуды көздеген.

Ақпараттық аударма барысында екінші мәтінге, оның мазмұнын бұқара тұтынушыға анық жеткізу үшін, қосымша ақпарат енгізу, яғни аудармашылық қосу тәсілі де жиі орын алады. Газет-ақпараттық стильде атауларды кеңінен қолдану хабарламаны нақты етеді және берілген ақпаратты белгілі бір адамдарға, мекемелерге немесе аудандарға жеткізеді. Бұл жарияланып отырған мағлұматты оның нысанымен байланыстыруға мүмкіндік беретін маңызды алдын-ала аударманы қамтиды. Бұл түпнұсқада тиісті атаулардың, географиялық атаулардың және әртүрлі мәдени және тұрмыстық болмыстың атауларының қолданылуына байланысты жиі кездеседі.

Газет-ақпараттық жанрының тағы бір синтаксистік ерекшелігі – мүмкіндігінше көп ақпаратты бір сөйлем шеңберіне орналастыруға деген ұмтылыс. Қазақ тілінде мұндай бірыңғай мүшелі сөйлемдер өте созылыңқы болып, баяндауыш сөйлемнің соңында болуынан оның мазмұнын жылдам түсініп қабылдауды қиындатса да, ақпараттық хабарламаларда орын алады.

Түпнұсқа	Аударма	Аударма
<i>Мемлекет басшысына қаржылық қызметтерді тұтынушылар мен инвесторлардың құқықтары мен мүдделерін,</i>	<i>Глава государства был проинформирован об основных результатах деятельности Международного</i>	<i>The head of state was informed about the main results of the activities of the International Financial Center "Astana" in the</i>

сондай-ақ сауда және инвестициялық ынтымақтастықты қорғау, қаржы нарықтарын дамыту саласындағы «Астана» Халықаралық қаржы орталығы қызметінің негізгі нәтижелері туралы ақпарат берілді	финансового центра «Астана» в области развития финансовых рынков, защиты прав и интересов потребителей, финансовых услуг и инвесторов, а также торгово-инвестиционного сотрудничества	development of financial markets, protecting the rights and interests of consumers of financial services and investors, as well as trade and investment cooperation
---	---	---

Аударма бойынша теориялық әдебиеттерде ағылшын тілінен қазақ тіліне аударған кезде газеттеріміздің қатаң әрі ұстамды стиліне толығымен назар аудару керек деген пікір айтылды. Атап айтқанда, аударма тілінің стилистикалық нормаларын сақтау үшін аударылған мәтіннің жанрлық ерекшеліктерін беруден бас тарту ұсынылды. Сонымен бірге прагматикалық сипаттағы дәлел келтірілді: ағылшын мәтінде қолданылған жаргонизм, ауызекі-таныс формалар және ағылшын оқырманына бұрыннан таныс болған басқа да экспрессивті-стилистикалық құралдар өздерінің ерекше болуына байланысты оқырманға әлдеқайда күшті әсер қалдырады. Бірақ аударма тілінің газет-журналистік стиліне белгілі бір бейімделуі тиісті аударма шарттарының бірі болып табылатындығы маңызды. Аударма адресаты мақаланы түпнұсқа тіліндегі оқырманы сияқты дәл қабылдануы үшін, көп жағдайда түпнұсқаны айтарлықтай өңдеуі қажет. Аударма шешімі көбінесе максималды емес, оңтайлы сипатқа ие, ол екі қарама-қайшылықты ұстануды міндет етеді [8].

Газеттік ақпаратты аударудың ерекшелігі – сөзбе сөз, яғни жазбаша аударманың барлық аталмыш дағдыларына сүйенуді талап етеді. Жазбаша аудармада трансформациядан басқа сөйлемдерді морфологиялық, құрам, сөзжасам және стилдік ерекшеліктерге көптен көп мән беріледі. Аудармашы газеттік баспа жаңалықтарын шебер аударма білсе, демек ол журналистиканың да қыр сырын біледі деп айтуға болады.

Қорытындылай келе, газеттік ақпаратты аударудың мәдениетаралық ерекшелігі орасан зор екені анықталды. Газеттік мақалаларды аудару үдерісінде жиі кездесіп, қиындықтар тудыратын тілдік мәселелердің белгілі таптаурындар мен нормаларға бағынады деп айтуымызға болады. Мәдениетаралық қатынастар және журналистиканың кіріктірілуі медиа дискурс аудармасы, соның ішінде газеттік мәтіндерді аударуда өзіндік мәнге ие болды. Газеттік мақалаларды аудару жазбаша аударманың тілдік, стильдік және лингвомәдени ерекшеліктерін қамтиды. Бұл аударма сапасының артуына әсер етеді.

Қазіргі уақытта ақпараттық және сандық технологияның дамуына байланысты, ақпараттың тез арада оқырманға жетуі – алдыға қойылған мақсаттардың бірі, ал газеттік ақпаратты аударған кезде аса мән беретін критерий – оқырманды қызықтыру. Аударманың толыққанды оқырманның көңілінен шығуы үшін аудармашы кәсіби түрде екі тіл арасындағы мәдени

және тілдік нормаларды сақтай білуі керек және газеттік мақалаларды аудару тілдік және мәдениетаралық қарым-қатынас этикасына сай келуі тиіс.

ӘДЕБИЕТ

- [1] Семенов А.Л. Основы общей теории перевода и переводческой деятельности: уч. пос. для студ. лингв. вузов и фак-тов. – М.: Изд. центр «Академия», 2008.
- [2] Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: (Учеб. пособие) – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
- [3] «Вечерний Алматы», 16.02.2020
- [4] «Алматы ақшамы», 16.02.2020
- [5] Федоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): Для институтов и факультетов иностр. языков. Учеб. пособие. СПб.: Фил. фак. СПбГУ; М.: ООО "Издат. Дом "Филология три", 2002.- 416 б.
- [6] Микоян А. С. Проблемы перевода текстов СМИ. М., 2006.
- [7] Алимуратов О.А. Глобальный смысл: природа, специфика порождения и интерпретации на уровне текста // Номинация и дискурс.- Минск, 2006, 90 б.
- [8] Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования – М.: Наука, 1981.- 144 б.
- [9] Алефиренко Н. Ф. Речевой жанр, дискурс, культура / Н. Ф. Алефиренко // Жанры речи: сб. научных статей. – Вып. 5. Жанр и культура. http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/30038/1/Alefirenko_Rechevoy_zhanr.pdf
- [10] <https://egemen.kz/article/272059-prezident-qayrat-kelimbetovti-qabyldady>
- [11] <https://en.egemen.kz/article/190951-k-tokayev-receives-executive-director-of-the-aifc-kairat-kelimbetov>

REFERENCES

- [1] Semenov A. L. Osnovy obschei teorii perevoda i perevodcheskoi deiatelnosti (Fundamentals of the General Theory of Translation and Translation Activity). Ých. pos. dlia stýd. lingv. výzov I fak-tov. (study aid for students of linguistic universities and faculties). - M.: Izd. tsentr «Akademiiia» “Publ.”, 2008. [In Rus.]
- [2] Ter-Minasova S.G. Jazyk i mezhkul'turnaja kommunikacija (Language and intercultural communication). Ucheb. posobie – Textbook. - M.: Slovo “Publ.”, 2000. — 624 p. [In Rus.]
- [3] «Вечерний Алматы» - Evening Almaty. - 16.02.2020 [in Rus.]
- [4] «Алматы ақшамы» - Evening Almaty. - 16.02.2020 [in Kaz.]
- [5] Fedorov A. V. Osnovy obschei teorii perevoda (lingvisticheskie problemy). (Fundamentals of general theories of translation (linguistic problems). Dlia institýtov i fakýltetov mostr. iazykov. (For institutes and faculties of foreign languages.) Ýcheb. posobie. - Textbook. SPb.: Fil. fak. SPbGÝ; M.: ООО "Izdat. Dom "FILOLOGIIa TRI" “Publ.”, 2002. 416 p. [In Rus.]
- [6] Mikoian A. S. Problemy perevoda tekstov SMI. (Translation problems of media texts) - M., 2006. [[In Rus.]
- [7] Alimýratov O. A. Globalnyı smysl: priroda, spetsifika porojdeniia i interpretatsii na ýrovne teksta. Nominatsiia i diskýrs (Global meaning: nature, specificity of generation and interpretation at the level of the text. Nomination and discourse.) – Minsk, 2006.- 90 p. [In Rus.]
- [8] Galperin I. R. Tekst kak obekt lingvisticheskogo issledovaniia. (Text as an object of linguistic research.) – M.: Naýka “Publ.”, 1981. – 144 p. [In Rus.]
- [9] Alefirenko N. F. Rechevoi janr, diskýrs, kýltýra (Speech genre, discourse, culture). Janry rechi: sb. naýchnyh statei. - Vyp. 5. Janr i kýltýra. (Genres of speech: collection of articles. scientific articles. - Issue. 5. Genre and culture.) [In Rus.] http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/30038/1/Alefirenko_Rechevoy_zhanr.pdf
- [10] <https://egemen.kz/article/272059-prezident-qayrat-kelimbetovti-qabyldady>

[11] https://en.egemen.kz/article/190951-k_tokayev_receives_executive-director-of-the-aifc_kairat-kelimbetov

МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ГАЗЕТНЫХ СТАТЕЙ

Мырзахмет М.М.¹, [Саметова Ф.Т.](#)²,

¹магистрант 2 к., специальность «М 056 – Переводческое дело, синхронный перевод», КазУМОиМЯ им. Абылай хана,

²[кандидат филологических наук, профессор](#), Академия «Кайнар»

Алматы, Казахстан

e-mail: 180710@mail.ru; malika_009@bk.ru

Аннотация. Данная статья посвящена переводу газетных статей и материалов их особенность в контексте межкультурной коммуникации. Перевод газетных статей должен быть сфокусирован на этику языка и межкультурной коммуникации. Публикации которые печатаются на газеты имеют свою специфику в контексте медиа дискурса. По этому самая главная цель этой статьи – найти ошибки при переводе газет и найти пути исправления.

Ключевые слова: Газетные статьи, экспрессивная лексика, межкультурная коммуникация, казахоязычный читатель, публицистический стиль, медиа дискурс, средства массовой информации.

INTERCULTURAL FEATURES OF TRANSLATING NEWS ARTICLES

Myrzakhmet M.M.¹, Sametova F.T.²,

¹2nd year Master's student "M056 - Translation, simultaneous translation"
Abylai Khan Kazakh University of International Relations and World Languages,

²Candidate of Philological Sciences, Professor, Kainar Academy

Almaty, Kazakhstan,

e-mail: 180710@mail.ru; malika_009@bk.ru

Abstract. This article based on the news articles and their materials and their features in the context of intercultural communication. Translation of newspapers must be focused on language and intercultural communication ethics. Publications that were publicated in newspapers have own specification in the context of media discourse. The main aim of this article will be fixing mistakes and finding resolution.

Key words: Newspapers publications, expressive lexis, intercultural communication, kazakh-speaking audience, publicistic style, media discourse, mass media.

Статья поступила 20.04.2021