

ISSN 2616-9320



# CENTRAL ASIAN JOURNAL OF TRANSLATION STUDIES

№ 2(3) 2020



THE JOURNAL IS REGISTERED WITH THE MINISTRY OF INFORMATION AND COMMUNICATION OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

CERTIFICATE № 16822-Ж. ASTANA, 2017



# EDITORIAL TEAM



## Chief Editor:

S. S. Kunanbayeva - Professor, Academician of the Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan  
Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages



## Responsible editors:

A.T. Chaklikova, Professor, Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages

B. Mizamkhan, Ass. Prof., Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages

N.A. Aubakir, MA, PhD candidate in Translation studies, Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages



## Editor's assistants:

G.S. Assanova PhD, Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages

K.M. Zhampeyis C.Phil.Sc., Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages

A.B. Baidullayeva PhD, Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages

Sh. O. Saimkulova MA, Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages



## Technical editor and design:

R.A. Musataev MA, Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages

N.A. Aubakir MA, PhD candidate in Translation studies, Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages



## Consultants:

Anna Oldfield, University of South Carolina, USA

Christopher Baker, American University of Central Asia, Kyrgyzstan

Uldanay Bakhtikereeva, PhD, prof., PFUR, Russia

Kim Chang Ho - PhD, professor, Pusan University of Foreign Languages, South Korea

Shabdiz Orang - PhD, Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages

V.I. Karasik, D.Ph.S., Professor, Volgograd Technical University, Russia

## БАҚ МӘТІНДЕРІН АУДАРУДАҒЫ ЭКВИВАЛЕНТТІЛІККЕ ЖЕТУ МӘСЕЛЕСІ

**А. Н. Нұрахмет**<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Аударма ісі мамандығының

1-ші курс магистранты

Абылай хан атындағы ҚазХҚ және ӘТУ

Алматы, Қазақстан

E-mail: [adina.nurahmet@mail.ru](mailto:adina.nurahmet@mail.ru)

**Андатпа:** Мақалада ағылшын тілінен қазақ тіліне аударылатын бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндерінің аударма барысында эквиваленттілікке жету мәселесі қарастырылады. Бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндерінаудару – коммуникацияның бірегей түрі. БАҚ тілі әр түрлі ойларға (қоғамдық, саяси және мәдени), аллюзияларға (әдебиетке, тарихқа, киноға және т. б.), дәйексөздерге (жаңалықтар материалдарында, әсіресе авторлық журналистикаға да тән) және қысқартуларға толы. Осы ретте, аударманың басты мақсаты - эквиваленттілікке (барабарлық) қол жеткізу. Зерттеу жұмыстарына сәйкес, мақалада БАҚ мәтіндерінің аудармасы, эквиваленттілік деңгейі мен аударма сапасы туралы мағлұматтар, сондай-ақ аударма мысалдары келтіріледі.

**Кілт сөздер:** аударма, БАҚ мәтіндері, эквиваленттілік, қысқартулар, акронимдер.

Бүгінгі күні бұқаралық ақпарат құралдары қоғам өміріне, адамдардың сана-сезіміне және ұстанымдарына, сондай-ақ тілдер мен мәдениетке үлкен әсер етіп отырған кезде, ақпарат берудің жеделдігі мен барабарлығына байланысты, бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндерін аудару мәселесі өзекті болып отыр. Бұл ретте аудармашылық міндеттер аясында бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндері деп осы ұғымды кеңінен түсіндіруде тек газет-журнал мәтіндерін ғана емес (яғни “жазу баспасөзі” деп аталатын өкілдердің шығармалары), сондай - ақ әртүрлі дыбысты материалдар: радио және теле бағдарламалар, сұхбат, түрлі бағдарламалар, ток-шоу, фильмдер және “электрондық баспасөз” деп аталатын ұғымдарды жатқыза аламыз.

Әр түрлі стильдегі және жанрдағы мәтіндерді аудару күрделі іс

болып табылады. Осы істің шешімін кезең – кезеңмен прагматикалық мәтіндерге жататын – ақпараттық және публицистикалық материалды қазақ тіліне аударудан бастаған жөн. Ең алдымен, жазушылық таланты болуы тиіс әдеби аудармашыға қарағанда, әрбір прагматикалық аудармашы тіл факультетінің түлегі болуы тиіс. Оған қоса, ақпараттық және публицистикалық мәтіндер баспа және БАҚ-ы прагматикалық мәтіндердің ең көп тараған түрлері болып табылады. Бұл мақалада ағылшын тіліндегі жаңалық атаулары және жаңалық үзінділерінде кездесетін қысқарған сөздер талданады, сонымен қатар ағылшын жаңалықтарындағы сөздерді пайдалану ерекшеліктері талқыланады.

Аударма мәселесі аясында қандай да бір мәтіннің жанрға қатыстылығын

дұрыс анықтау маңызды практикалық мәнге ие, өйткені жанрлық қатыстылыққа байланысты мәтіннің коммуникативтік бағыты мен оның тілдік және стильдік ерекшеліктері анықталады. БАҚ-ның кез келген мәтінін адекватты аудару (осы ұғымның тар және ең кең мағынасында) мәтіннің нақты және түсінікті ақпараттық мазмұнын ғана емес, сонымен қатар оның коммуникативтік және функционалдық бағыттылығын басқа тіл құралдарымен дұрыс беруді білдіреді. Басқаша айтқанда, БАҚ мәтіндерін аударудың коммуникативтік-функционалдық баламалылығы оның семантикалық баламалығынан кем емес.

Ең алдымен, “эквиваленттілік” терминінің мәнін және аударма қызметі саласында осы терминді қолдануға қатысты кейбір ескертулерді анықтайық.

Қарапайым тілмен айтқанда, эквиваленттілік “тең мағыналылықтың, бірізділіктің” синонимі болып табылады және негізінен нақты ғылымдар саласында қолданылады. Бұл жағдайда эквиваленттілік кез келген қосылған сандарда оң және сол өрнектердің мәндері әрқашан бірдей болады дегенді білдіреді.

Алайда, тек сандық мәнге ие математикалық формулаларға қарағанда, мәтіндер бұл мағынада әлдеқайда ауқымды диапазонға ие. Олар ақпараттық (жаңалықтар, публицистикалық мәтіндер), ғылыми (ғылыми танымал мәтіндер), дидактикалық (білім беру әдебиеті), тәжірибелі-қолданбалы (техникалық мәтіндер, әр түрлі нұсқаулықтар) және

көркемдік (көркем әдебиеттің әр түрлі жанрлары) мәнге ие болуы мүмкін, оған қоса бұл толық тізім де емес.

Тиісінше, аударманың баламалылығы туралы әңгіме қозғау үшін, ең алдымен, мәтінде ненің басты екенін анықтап алу қажет. Өйткені, қарапайым фразалар немесе тіркестерді санамағанда абсолютті баламалы аударманы жасау әр кезде мүмкін емес (“What’s up?”, (“You’re welcome!” және т. б.). Күрделі мәтіндер туралы сөз қозғағанда, аудармашының алдында мәтіннің қай құрамдас бөлігіне ерекше назар аудару қажет және қай бөлігі аударуға келмейтіні туралы мәселе туындайды.

Мақаланың тақырыбына сәйкес, бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндерінде публицистикалық жанр қолданылады, түпнұсқа публицистика саласына жатса, аудармашы мәліметтерді беру дәлдігіне және эмоциялық бояуға бағытталуы тиіс; мәтінде қаралатын тақырыпқа байланысты терминологияны жете білу және сөз болып отырған тақырыпты мұқият зерделеу өте маңызды, тек осы жағдайда ғана дұрыс аударма туралы сөз қозғауға болады.

Аударма эквиваленттілігінің нормасы немесе бастапқы тіл және аударма тілінің мазмұнының барлық деңгейлерінің барынша бірдей болуы мағынасын береді. Аударма тілі және түпнұсқа тілі мазмұнының баламалылығы олардың коммуникативтік тең бағалануының негізі ретінде әрекет етеді, оның болжамды болуы осы мәтінді аударма етіп жасайды. Аударма баламалылығының нормасы өзгеріссіз параметр болып табылмайды. Ол

түпнұсқаның және аударма мазмұнының барынша ортақтығына қол жеткізу қажеттілігін білдіреді, бірақ аударманың эквиваленттілігін қамтамасыз ететін басқа нормативтік талаптармен үйлесімді шектерде ғана. Әрбір нақты жағдайда баламалылық түрі түпнұсқа және аударма бірліктерінің арақатынасымен, сондай-ақ аударма актісіне әсер ететін прагматикалық факторларды ескере отырып анықталады.

БАҚ мәтіндерін аударуда негізінен SKOPOS теориясын, функционалдыэквиваленттілік теориясын, мәдени аударма теорияларын атай аламыз.

Эквиваленттілік нормасының бұзылуы абсолютті, ал аударма эквивалентті емес деп танылса, түпнұсқа мазмұнын ең төменгі деңгейде берсе салыстырмалы деп танылады. БАҚ мәтіндерін аудару әр түрлі тілдердегі және мәдениеттегі өзінің мақсаттылығына, уақтылылығына, өзектілігіне және айырмашылықтарына байланысты өзіндік ерекшеліктерге ие.

Эквиваленттілік нормасының бұзылуына жас аудармашылар, студенттер жиі жол беріп жатады: ең бастысы лексикалық құрам мен синтаксистік құрылым деңгейінде баламалылықты қамтамасыз етуге ұмтылу, түсінудің әркелкі болуына әкеледі. Бұл ретте коммуникацияның мақсаты мен жағдайды сипаттау тәсілінің деңгейлеріндегі баламалылыққа қол жеткізілмеуі мүмкін.

Мәселен, “One in 10 respondents gave their opinion” сөйлеміндегі “one in 10” тіркесі «он адамның бірі» деп аударылса, сауалнамаға қатысқан он

адамның бірі ғана келісімін берді деген ойға келуіміз мүмкін. Дегенмен, іс жүзінде “one in 10” тіркесі «сұралғандардың ішіндегі әр он адам» деп аударылуы шарт. Яғни, аударма барысында тек сөздікке ғана емес, оған қоса контекстке де көңіл бөлінуі керек. Біздің ойымызша, аударманың келесі нұсқасы дұрыс деп есептеледі: “Сауалнамаға қатысқан әр он адам өз келісімін берді.”

Соңғы жылдары ағылшын тілді ақпараттық хабарламалардың стилі стандартталмаған және экспрессивті тіркестердің аз кездесетінін ескеру қажет. Қазіргі ақпараттық мәтінге жаңа мағыналы сөздердің пайда болуы мен көп мағыналы сөздердің дамуы тән, оған қоса ағылшын тілді мәтіндерде көп мағыналы сөздер басым болса, ал қазақ тілінде кірме сөздердің саны көп.

Ағылшын және қазақ тілді БАҚ мәтін тақырыптарының атаулары әртүрлі. БАҚ мәтіндеріне жататын жаңалықтар легі әдетте тақырыптан және негізгі мәтіннен тұрады. Тақырып қысқаша түйіндеме мен аңдатпадан тұрады. Ағылшын және қазақ тілдеріндегі және мәдениетіндегі айырмашылықтарға байланысты атаулар да әртүрлі болады. Мысалы, CNN – АҚШ-ғы ең үздік жаңалықтар сайтының бірі болып табылады. Олар өздерінің әр шығарылымдарында, не болмаса ғаламтор парақшаларында жариялайтын мақала атауларында, әрдайым “Be the first to know” атты лозунгті қолданады. Ал, қазақ тілді жаңалықтардың хабарлау тәртібі қатаң, яғни жаңалықтар атауына еркіндік берілмейді. Мысалы, “Соңғы сағаттағы онлайн жаңалықтар”

(ҚазАқпарат), “Қазақстан және әлемдегі соңғы жаңалықтар” (Хабар 24), “Өзекті жаңалықтар” (Nur.kz). Ең бірінші мысалға қайтып оралсақ, “Be the first to know” сөйлемін қазақ тіліне түпнұсқа мағынасын өзгертпей “алғашқы болып біл” деп калька әдісін қолданып аударсақ болады.

7kun.kz жаңалықтар сайты 2019 жылдың 27 желтоқсанында Алматы облысында ұшақ апатын “Алматы облысында ұшақ апаты болды. Қаза тапқандар бар” деп хабарлады. Ал “BBC News” сол күні “Kazakhstan plane crash” атты мақаласын жарыққа шығарды. Тағы да бір мысал- 2020 жылдың 28 сәуірінде американдық БАҚ-да: “Coronavirus: 1 million cases in US” атты жаңалықтар легі шықты. Елімізде бұл жаңалықты “АҚШ-та коронавирус жұқтырған адамдар саны 1 миллионнан асты” деп аударды, ағылшын және қазақ тілді жаңалықтар тақырыбын салыстырғанда ағылшын атауы қысқа, “акцентуацияны” қолданады, яғни назар аудару арқылы оқырмандарды тарту үшін жаңалықтардан ең маңызды фактілерді атап, шығарады. Ал, қазақ тілді жаңалық немесе мақала атауларында, керісінше “тотализм” (totalism) қолданылады, яғни жаңалықтар атауында мазмұн толықтай ашып көрсетіледі. Оқырмандарды тарту үшін редакторлар жаңалықтардың тақырыптарын тартымды етуге тырысады. Мұндай құрылыстар жаңалықтарды ағылшын тілінен аударғанда қиындық туғызады. Жаңалық аудармашыларынан күтілетін мінсіз аударма мәтініне қол жеткізу үшін түпнұсқаның мәні мен стилі нақты беруге тура келеді.

Ағылшын тіліндегі журналистік аударма-бұл тек қана аударма зерттеушілерінің зерттеу тақырыбы емес, сонымен қатар журналистердің назарын аударатын нысандардың бірі.

Ағылшын бұқаралық ақпарат мәтіндерінде қазақ тіліне қарағанда кездесетін тағы бір ерекшелік - қысқартулар немесе аббревиатуралардың көптігі. Аббревиатуралар – қазіргі ағылшын тіліндегі сөзжасамның негізгі әдісі. Олар ақпаратты тез, әрі оңай пайдаланудың құралы. Осы сөзжасам әдісімен жасалған жаңа сөздер, әсіресе жаңалықтар, газеттер мен журналдардың стилінде үлкен қолданысқа ие. Қысқартулардың негізгі үш түрі бар: бастапқы толық сөзді өңдеу және жаңа сөзді қалыптастыру үшін кейбір әріптерді қысқарту. Бұл сөздер қысқарған сөздер деп аталады (clipped word). Мысалы, telephone-phone, helicopter - copter сияқты кейбір қысқарған сөздерге “front clipping” әдісі қолданылған, яғни сөздің алдыңғы бөлігі қысқарды. Сонымен қатар, advertisement, pro-professional, fridge-refrigerator және т. б. кейбір қысқарған сөздерге “back clipping”, яғни сөздерді қысқарту мақсатында шылауларды түсіріп тастаған. Мысалы, “The Expo is devoted to promoting technological interaction between nations” сөйлемінде expo-exposition қысқарған сөзі берілген.

Қысқартулардың келесі түрі – сөздердің алғашқы әріптерін бір сөзге біріктіру, бұл акроним деп аталады, мысалы, IOC - International Olympic Committee (Халықаралық Олимпиада комитеті), NATO - North Atlantic Treaty Organization (Солтүстік

атлантикалық келісім ұйымы), SALT - Strategic Arms Limitation Talks (Стратегиялық қару-жарақты шектеу туралы келіссөз). Аббревиатуралар мен акронимдардан бөлек, жартылай қысқарған сөздер (semi-abbreviation) де бар, яғни екі компонентті сөздің бірінші компонентінің немесе үш компонентті сөздің алғашқы екі компонентінің аббревиатуралары ғана қысқарып, ал соңғы компонент өзгеріссіз қалады. Мәселен, N-bomb-nuclear bomb (ядролық бомба), D Notice - Defence Notice (Defense notice дегеніміз БАҚ-дың кейбір ұлттық құпия құжаттарды жариялауға құқығы жоқ). Қазақ тілді БАҚ мәтіндерінде де жиі “Америка Құрама Штаттары” орнына “АҚШ” сияқты қысқартураларды пайдаланады. Бұл қолдан жасалған лексика бірліктері жаңалық мәтінін хабарлап жатқан мемлекет туралы ғана емес, сондай-ақ мәтіннің мазмұнын да түсіндіреді.

Қорытындылай келе, оқырманның санасында аударма тіліндегі аударма реакциясы мен бастапқы тілдегі дереккөздің психологиялық реакциясы арасындағы баламалықты немесе ұқсастықты белгілеу үшін, біз ағылшын және қазақ тілдерінде лексика және мәдениет тұрғысынан терең зерттеу жұмыстарын жүргізуіміз керек.

Аударма барысының ең маңызды аспектілерінің бірі аударма тілінде тиісті баламаларды іздеу болып табылады; осылайша, аударма баламалылығы (эквиваленттілік) да аударматанудың маңызды саласы болып табылады. Аударма үдерісінің нәтижелері (аударма сапасы) түпнұсқаға аударманың мағыналық

жақындығы дәрежесімен, түпнұсқа және аударма мәтіндерінің стилистикалық дәлдігімен, аударма нұсқасын таңдауға әсер ететін прагматикалық факторлармен негізделеді. Аударманың осы аспектілерінің барлығы тікелей нормативтік сипатқа ие, аудармашының стратегиясын және оның еңбегін бағалау критерийлерін айқындайды.



## ӘДЕБИЕТ

- [1]. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода. М., 1999.
- [2]. Перевод текстов СМИ с английского на и немецкого языков на русский. Мордов. гос. ун-т. – Саранск, 2015. – 154 КБ.
- [3]. Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода. М. 1996.
- [4]. Шмаков С. Я. Перевод газеты: адекватность на уровне структуры текста.
- [5]. Eugene A. Nida. Contexts in Translating. JohnBenjaminsPublishing, 2002: 127.
- [6]. Иванов А. О. Английская безэквивалентная лексика и ее перевод на русский язык. – С-Пб, 2005г. 95 с.
- [7]. Тұрсын Қ. (кұраст.) Mass media және телекоммуникация терминдерінің қазақша-орысша- ағылшынша анықтамалық сөздігі. Алматы: Қазақ энциклопедиясы, 2015. — 631 бет. — Қазақша, орысша, ағылшынша. — ISBN 9786017472429.
- [8]. Электронное учебно-методическое пособие / А. Н. Злобин, А. В. Пузаков.

## THE PROBLEM OF EQUIVALENCE IN TRANSLATION OF MEDIA TEXTS

**Nurakhmet A.** <sup>1</sup>

1<sup>st</sup> year master's degree student of  
Ablai Khan KazUIRandWL  
Almaty, Kazakhstan  
E-mail: [adina.nurahmet@mail.ru](mailto:adina.nurahmet@mail.ru)

**Abstract:** This article concerned with the the issue of achieving equivalence of media texts translated from English to Kazakh. Translation of texts of mass media is one of the unique types of communication. The language of mass media is full of various thoughts (social, political and cultural), allusions (literature, history, cinema, etc.), quotes (in news materials, especially for author's journalism) and abbreviations. The main goal of translation is to achieve equivalence (adequacy). The article provides information about translations of media texts, the level and quality of equivalence, as well as examples of translation.

**Keywords:** translation, Media texts, equivalence; abbreviations.

## ПРОБЛЕМЫ ДОСТИЖЕНИЯ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ ПРИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ СМИ

**А. Н. Нурахмет** <sup>1</sup>

<sup>1</sup>Специальность: Переводческое дело  
магистрант I курса  
КазУМОиМЯ им. Абылай хана  
e-mail: [adina.nurahmet@mail.ru](mailto:adina.nurahmet@mail.ru)

**Аннотация:** Данная статья посвящена проблеме достижения эквивалентности при переводе текстов СМИ с английского языка на казахский язык. Перевод текстов средств массовой информации является одним из уникальных видов коммуникации. Язык СМИ полон разнообразных взглядов (общественных, политических и культурных), аллюзий (литературы, истории, кино и т.д.), цитат (в новостных материалах, особенно для авторской журналистики) и сокращений. При этом главной целью перевода является достижение эквивалентности (адекватности). В статье приводятся сведения о переводах медиа текстов, уровне, качестве эквивалентности, а также примеры перевода.

**Ключевые слова:** перевод, тексты СМИ, эквивалентность, сокращения, акронимы.



# CAJTS

---

## Центрально-Азиатский Журнал Переводоведения

Рецензируемый научный журнал открытого доступа, где размещаются научно-практические статьи и обзоры, посвященные вопросам теории и практики перевода, а также истории, методологии и обучения переводу в высших учебных заведениях.

Журнал публикуется два раза в год и является **рецензируемым**. Редакторы планируют публиковать как регулярные, так и тематические/специальные статьи. CAJTS нацелен на быструю и простую публикацию передовых исследований, в том числе статей, результатов исследований/разработок по переводческой деятельности и межкультурной коммуникации, рецензии на книги, посвященные переводческой деятельности и многое другое.

1(3) 2020

ҚАНТАР-НАУРЫЗ 2020 Ж.  
ЯНВАРЬ-МАРТ 2020 Г.  
JANUARY-MARCH 2020

**Published since January 2018**

050022, 200 Muratbayev st, Almaty, Kazakhstan  
Central Asian Journal of Translation Studies  
[www.cajts.ablaikhan.kz](http://www.cajts.ablaikhan.kz)