

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ  
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ



Студенттер мен жас ғалымдардың  
**«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2016»** атты  
XI Халықаралық ғылыми конференциясының  
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
XI Международной научной конференции  
студентов и молодых ученых  
**«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2016»**

PROCEEDINGS  
of the XI International Scientific Conference  
for students and young scholars  
**«SCIENCE AND EDUCATION - 2016»**

2016 жыл 14 сәуір  
Астана

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ  
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың  
«Ғылым және білім - 2016»  
атты XI Халықаралық ғылыми конференциясының  
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ  
XI Международной научной конференции  
студентов и молодых ученых  
«Наука и образование - 2016»**

**PROCEEDINGS  
of the XI International Scientific Conference  
for students and young scholars  
«Science and education - 2016»**

**2016 жыл 14 сәуір**

**Астана**

**ӘӨЖ 001:37(063)**

**КБЖ 72:74**

**F 96**

**F96** «Ғылым және білім – 2016» атты студенттер мен жас ғалымдардың XI Халық. ғыл. конф. = XI Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2016» = The XI International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2016» . – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2016. – .... б. (қазақша, орысша, ағылшынша).

**ISBN 978-9965-31-764-4**

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

**ӘӨЖ 001:37(063)**

**КБЖ 72:74**

**ISBN 978-9965-31-764-4**

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия  
ұлттық университеті, 2016

Түпнұсқа мәтіні мен аудармалардың арасында әрдайым дәл аударманың берілуі маңызды нәрсе емес. Аудармашы қандай да бір мәтінді тәржімалау барысында оның құрылым эстетикасына да назар аударғаны жөн. Мәселен, Шекспир Бенволионың аузына «**Good heart**» сөзін салады. Егер дәл осы сөзді мағынасына сәйкес аударар болсақ, «ақкөңіл, аңқылдақ» атты сын есімдерге тап келеміз. Әйтсе де, сөздің шумақта қаратпа ретінде қызмет атқарып тұрғандығын есепке алар болсақ, «ақкөңілім» деудің орнына «достым» дегеннің әлдеқайда жарасымды көрінетіндігін түсіну оңай. Сол себептен, мұны қазақ аудармашысының ұтқыр шешімі деп атауға болады.

У.Шекспирдің «Ромео мен Джульетта» поэмасының ағылшын тіліндегі нұсқасы мен оның Ә.Кекілбаев жасаған қазақша аудармасын талдау барысында бірқатар өзгерістер мен ауыстырулар бар екендігіне көз жеткіздік. Мұндай ауытқулардың болуы тілдер, мәдениеттер мен ұлттар арасындағы мінез-құлық айырмашылықтарына байланысты болатындығы дәлелденді. Халықтардың күнделікті тіршілік қалпы мен салттарындағы айырмашылықтар анықталып, сәйкес түсініктемелер берілді.

Сол секілді, қазақ түсінігіне жат, мүлдем таныс емес жайттар мен ұғымдарды зерттеп, түсіну арқылы олардың алдағы уақытта жасалатын аудармалар барысында берілген материалдың қалай тәржімалануы қажеттігі туралы ұсыныстар мен пікірлер де қамтылды;

Қазақ аудармашысы Ә.Кекілбаевтың өз туындысын орыс ақыны Борис Пастернактың «Ромео мен Джульетта» шығармасының желісіне сүйеніп жазғаны белгілі. Сол себептен біз талдау жұмысын жүргізу кезінде Б.Пастернактың жұмысын және орыстың танымал аудармашысы Михайловскийдің аударма мәтіндерін салыстыру ретінде пайдаландық, нәтижесінде Михайловский ақынның аудармасы оқиғаның Шекспир жазған түпнұсқасының формасына негізделіп, дәл аударылғандығын, ал Пастернактың аудармасы көп жағдайда еркін аудармаға құрылғанын анықтадық. Сәйкесінше, «Ромео мен Джульетта» шығармасының қазақша нұсқасынан да бірқатар сәйкессіздіктер табылып жатты. Әйтсе де, егер біздің мақсатымыз құрылымдық емес, мазмұндық аударманы тану болса, таңдалған шығармалардың барлығы да махаббат оқиғасының сюжетін шынайы қалпында келтіргенін көреміз.

#### **Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:**

1. <http://www.wikipedia.com>
2. "Язык и стиль Шекспира" в сборнике "Из истории английского реализма". Изд. Академии наук СССР. М.-Л., 1941.
3. Шекспир Уильям. Отелло. Асауға тұсау. Гамлет. Ромео мен Джульетта. Король Лир. Сонеттер. – Астана, 2004. – 688 б.
4. Шекспир У. Сонеты / Пер. С. Маршака. – Шекспир У. Полн. собр. соч., в 8-и томах. – М.: Искусство, 1960, Т.8 – С.427-504.
5. <http://www.shakespeare-online.com>

УДК 81'255

#### **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

**Бикенова Асель Багдатовна**

*kushina\_95@mail.ru*

Студент специальности «Переводческое дело» ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, Астана,  
Казахстан Научный руководитель – к.ф.н., доцент Бейсембаева Ж.А.

Резкий скачок технологического прогресса привел к появлению новых понятий, которым необходимо было дать название. Интернационализация торговли и процесс глобализации вызвали необходимость эквивалентной терминологии на разных языках. Формулирование и распространение новых идей стало причиной появления новых слов и

выражений. Становится ясно, что скорость технологического прогресса стала настолько высокой, что контроль процесса называния новых явлений и предметов оказалось невозможным. Появилась опасность, что одно и то же явление или предмет может быть назван совершенно по-разному, и неправильное понимание может вызвать замешательство и трудности коммуникации. Поэтому специалисты, работники смежной сферы были заинтересованы в том, чтобы значение термина было единственным и однозначным, т.е. в рамках стандартизации.

Несмотря на относительно недолгое существование терминологии как науки, она занимает значимое место в современных развитых литературных языках. Нередко терминологию называют языком науки, вследствие существенного влияния на языковой стиль. Поэтому ни одна лингвистическая теория, стремящаяся отразить состояние современных развитых литературных языков, не в состоянии рассмотреть круг вопросов, связанных с ее изучением.

В состав любой терминологии входят термины – специальные слова, которые ограничены своим назначением; они стремятся быть однозначными, так как это необходимо в науке и технике, в политике, в профессиональной деятельности. Терминам также свойственны точные названия предметов и понятий. Еще одним важным свойством является свобода от эмоционально-волевых и подобных наслоений.

Согласно Ф. М. Березину и Б. Н. Головину термин – это «слово или словосочетание (образованное на базе подчинительных связей), имеющее профессиональное значение, выражающее и формулирующее профессиональное понятие и применяемое в процессе (и для) познания и освоения некоторого круга объектов и отношений между ними - под углом зрения определенной профессии» [1, 264].

Однако неверно было бы думать, что термины появляются лишь вследствие развития науки и знания. И в прошлом, и в настоящем времени любой вид профессиональной деятельности порождал свою терминологию. Множество слов, воспринимаемых как общеупотребительные, приобретают значение терминов в профессиональной речи. Взятые из терминологии гостиничного бизнеса слова «ранний заезд», «двухспальная кровать», «выезд» в обычной речи являются общеупотребительными, а в речи работников сферы гостиничного бизнеса – терминами. Представители одной и той же профессии применяют одинаковые термины, вследствие чего обеспечивается эффективность общения в процессе совместной деятельности. Это объясняется тем, что слово, вне терминологии, может быть многозначным, однако, попадая в определенную терминологию, оно обретает однозначность.

Оценка значимости стандартизации отраслевой терминологии отражена в Концепции государственной терминологической работы в Республике Казахстан: «упорядочение, систематизация и развитие национальной терминологии имеют особое значение в развитии социально-общественной функции государственного языка, расширении сферы его применения» [2]. Помимо этого, необходимость упорядочения терминологии гостиничного бизнеса объясняется тем, что данная сфера, являясь одним из видов экономической деятельности туризма, прямо или косвенно создает рабочие места и является важным средством пополнения казны иностранной валютой. Сама отрасль и входящие в нее предприятия, а именно гостиничные комплексы, ориентируются в своей деятельности непосредственно на потребителя, призваны играть активную роль в формировании рыночного пространства, включая многие сферы и отрасли, в той или иной мере обеспечивающие развитие туризма. В мире постоянно происходит процесс освоения новых концепций гостиничного бизнеса и модернизации старых. Дальнейшее развитие международного туристского, гостиничного бизнеса, в частности, обусловит появление все новых и новых средств размещения туристов. Многочисленные достижения научно-технического прогресса способствуют быстрому развитию систем бронирования в гостиничных комплексах, а также упрощают систему оформления гостей в средствах размещения. Помимо этого, с течением времени в Казахстане продолжает развиваться туристский бизнес;

активизируются контакты Казахстанских и зарубежных партнеров, которые вынуждены использовать туристскую терминологию; казахстанские путешественники также постоянно сталкиваются с необходимостью понимания используемых терминов в сфере туристского обслуживания в гостиницах за рубежом.

В этой связи, вопрос перевода англоязычных терминов гостиничного бизнеса на казахский русский язык и обратно, а также выбор оптимальных способов перевода терминов согласно требованиям данной профессии набирает актуальность.

Лингвистическая сфера гостиничного бизнеса подвергается определенным изменениям в связи с открытым доступом к распространению и восприятию различной информации. Так, подавляющее большинство средств информации доступно в международной сети Internet. В этой связи, в ходе исследования мы выполнили анализ предложений международного сайта по бронированию booking.com с позиций семантико-стилистических характеристик и поиска терминов гостиничного бизнеса. Booking.com – лидирующая в Европе по количеству проданных ночей в отелях система интернет-бронирования, основанная в Амстердаме в 1996 году. Данная система распространена во всем мире и доступна более чем на 41 языке, в настоящее время набирает популярность в Казахстане. В процессе анализа сайта, делается акцент, в первую очередь, на лексический пласт языка, поскольку современное развитие туризма и гостиничной индустрии способствует повсеместному функционированию новых лексических единиц, что требует особого внимания в процессе перевода информации на иностранные языки.

This graph shows your customer experience score over the last 3 months. The last point on the graph represents the last week of comments from your guests; the overall score shown above is an average over all three months [3].

Перевод: Этот график показывает оценку на основании мнения клиентов за последние три месяца. Последняя точка на графике отражает комментарии Ваших гостей на последней неделе. Число вверху графика – это общая оценка за последние три месяца [4].

Термин «customer experience» в англо-русском словаре переводится как 1) качество обслуживания клиентов, впечатления покупателя (психологическое ощущение клиента от потребления продукта; более широкая концепция, чем просто ценность потребителя или качество продукта, так как включает); 2) в менеджменте – клиентские впечатления; 3) в маркетинге: потребительский опыт. Термин является свободным термином-словосочетанием, состоящий из двух простых терминов «customer», появившийся в конце 14 века от англо-французского слова «custumer», означающий «покупатель», позже появился в средневековом латинском языке «custumarius» от латинского «consuetudinarius». Более общеупотребительное значение «человек, который осуществляет сделку» появилось в 1580 году. Термин «experience» является общеупотребительным словом, поэтому способ его образования – семантический. Переводчик произвел замену, используя лексическую трансформацию замена, и перевел как «мнения клиентов».

Термин «guest» – это наиболее употребляемый термин в гостиничном бизнесе, являясь одновременно многозначным словом общеупотребительной лексики, взятым в специальном значении. Согласно английскому терминологическому словарю, термин «guest» имеет три значения: 1) человек, приглашенный к кому-либо домой; 2) приглашенный человек посещающий либо участвующий в каком-либо мероприятии; а также в значении 3) постояльца гостиницы.

Термин guest происходит от латинского “hostis”, что означает «странник», «чужеземец», «враг». Однако со временем этот корень распространился на древние германский и английский языки. В данном примере термин переводится аналогичным соответствием в русском языке.

Some guests may not have a credit card or may not want to use this. For customers living in your home country, you can offer a simplified booking process that doesn't require credit card details [3]. Перевод: У некоторых гостей может не быть банковской карты, а некоторые

предпочитают ее не использовать. Вы можете разрешить путешественникам из своей страны не указывать данные карты – это упростит для них бронирование [4].

Термин «credit card» встречается в гостиничном бизнесе, однако входит в состав сразу нескольких терминосистем. Англо-русский экономический словарь дает перевод «кредитная карточка (документ в виде пластиковой пластины, позволяющий приобретать товары и услуги в кредит; банк или финансовая компания, выпустившая карточку, переводит соответствующие средства продавцу/поставщику и высылает счет владельцу карточки, а владелец карточки периодически погашает свою задолженность перед банком и выплачивает начисленные по кредиту проценты; по каждой карточке устанавливается предельная сумма кредита)». Данный термин в современном смысле начал употребляться с 1959 года. В конце 19 века, термин употреблялся в значении «дорожный чек». Переводчик в данном контексте перевел данный термин русским эквивалентом, используя лексико-семантическую замену генерализация, обобщив значение слова «кредитный-банковский».

Термин «booking» дан в составе свободного словосочетания «booking process», однако оба слова, входящих в состав словосочетания могут существовать самостоятельно. Существительное booking образован суффиксальным способом образования существительных, от глагола to book-заказывать; бронировать; брать билет, принимать заказы на билеты. Термин booking переведен на русский язык как «бронирование», используя соответствующий термин.

“Credit card details” – словосочетание-термин, который часто употребляется на сайтах онлайн-бронирования, так как перед заселением в гостиницу осуществляется преавторизация (до-авторизация) средств за проживание с карточки гостя. Переводчик в данном случае избегает использования лексической замены, и переводит на русский язык как «данные карты», опуская слово “credit”, а слово “details” заменив на «данные».

Secure more bookings and reduce cancellations with a basic non-refundable rate [3].  
Перевод: Добавьте базовый невозвратный тариф, чтобы получить больше бронирований и уменьшить количество отмен [4].

Термин “cancellation” образован при помощи суффикса -tion, от глагола to cancel, что означает аннулировать, отменять, отказывать. Само слово является общеупотребительным, однако в терминологии гостиничного бизнеса, оно обретает однозначность. Термин переведен на русский язык соответствием «отмена». Из контекста понятно, что речь идет об отмене бронирования.

Термин non-refundable rate является термином-словосочетанием, представляет собой словообразовательную конструкцию «прилагательное + существительное», и состоит из двух самостоятельных терминов. Термин “non-refundable” образован префиксальным способом, используется также в экономике и означает «непогашаемый», не подлежащий рефинансированию (об облигационном займе, условиями которого отменено или ограничено права эмитента погашать его путем размещения нового займа до определенной даты), другой термин “rate”, который вне терминологии является общеупотребительным словом, дается в англо-русском словаре со значением «ставка», «тариф», «расценка», а также «доля», «скорость», «частота», «класс (разряд)». Данный термин-словосочетание был переведен путем семантического калькирования – «невозвратный тариф». Все словосочетание переводчик переводит соответствующим термином-словосочетанием.

Перевод данных терминов осуществляется посредством переводческих трансформаций – генерализация, нахождения переводческих соответствий на языке перевода, калькирование.

Проблема перевода терминов занимает особое место в современном языкознании. В.Н. Комиссаров пишет, что задача перевода – обеспечение эквивалентности как «общности содержания текстов оригинала и перевода» [4, 47]. При переводе специальных текстов, невозможно полно и точно передать содержание оригинала, ввиду отличия в языковых системах, явлениях действительности и различных сформировавшихся понятий.

### Список использованных источников:

1. Березин Ф. М., Головин Б. Н. Общее языкознание. – М.: Просвещение, 1979. – 264 с.
2. Концепция государственной терминологической работы в Республике Казахстан.
3. Online accommodation booking website «booking.com», extranet  
[https://admin.booking.com/hotel/hoteladmin/opportunities/index.html?lang=en&opp\\_tab=1&hotel\\_id=301434&ses=e10bb9768de5c514d5669d2d4e2c42e1](https://admin.booking.com/hotel/hoteladmin/opportunities/index.html?lang=en&opp_tab=1&hotel_id=301434&ses=e10bb9768de5c514d5669d2d4e2c42e1)
4. Сайт онлайн-бронирования отелей «booking.com», экстранет  
[https://admin.booking.com/hotel/hoteladmin/opportunities/index.html?ses=7f26ff6a17cd82bb072f6d3ba130401c&hotel\\_id=301434&opp\\_tab=1&lang=ru](https://admin.booking.com/hotel/hoteladmin/opportunities/index.html?ses=7f26ff6a17cd82bb072f6d3ba130401c&hotel_id=301434&opp_tab=1&lang=ru)
5. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1990.

УДК 81'255

## ЯЗЫК КАК ИНСТИНКТ. ЗВУКОПОДРАЖАНИЕ И КОНТАМИНАЦИЯ В ОСНОВЕ ПОНИМАНИЯ СТИХОТВОРЕНИЯ ЛЬЮИСА КЭРРОЛА «JABBERWOCKY»

Буланова Анна Робертовна

[b-a1212@rambler.ru](mailto:b-a1212@rambler.ru)

Студент 4-го курса факультета «Прикладная лингвистика» МГОУ, Москва, Россия  
Научный руководитель – Валуйцева И.И.

Проблема соотношения языка и мышления на протяжении веков интересует представителей различных наук: философии, психологии, лингвистики. Во второй половине 20 в. эта проблема стала предметом изучения психолингвистики, когнитивной лингвистики в их различных школах и направлениях.

В 20 в. отечественный ученый Н.И.Жинкин высказал идею о существовании Универсального Предметного Кода (УПК), который определяется как стык речи и интеллекта, это своего рода код «чистого мышления». [Жинкин, с. 26] В зарубежной науке в последние годы очень популярны идеи С.Пинкера и его книга «Язык как инстинкт» Им высказывается идея, что люди думают не на английском, китайском или другом языке; они думают на мыслекоде. Этот мыслекод, вероятно, похож на языки коммуникации; предположительно он располагает символами для выражения понятий, и комбинациями символов, которые соответствуют носителю и объекту действия.

Язык позволяет перевести мыслекод в словесные цепочки и наоборот.

Люди, лишенные языка, тем не менее, обладают мыслекодом, а младенцы и многие животные предположительно обладают более простыми диалектами мыслекода. Если бы в сознании людей не существовало универсального мыслекода, то перевод с одного языка на другой бы был невозможен.

В мозгу каждого человека, как подчеркивает современная когнитивистика, существует:

А) набор слов и понятий, которые эти слова выражают (ментальный словарь),

Б) набор правил, по которым слова сочетаются, чтобы передать отношения между понятиями (ментальная грамматика).

Хотя предложения – это цепочки слов, грамматические алгоритмы в нашем уме не выбирают слова по линейному принципу: «первое слово», «второе слово» ..., они группируют слова в словосочетания, а словосочетания – в синтаксические группы: «именная группа подлежащего», «глагольная группа».