

И С С Л Е Д У Й

СБОРНИК СТАТЕЙ НАУЧНО-АКАДЕМИЧЕСКОГО
СООБЩЕСТВА КЫРГЫЗСТАНА





В целях широкого распространения научных знаний формирующихся в высших учебных заведениях Кыргызстана по дисциплинам имеющих связь с вопросами сохранения экологии, развитием зелёной экономики, охраной окружающей среды, а также процветанию кыргызстанской науки. ОО "Студенты Кыргызстана за Зелёную Экономику" (jerdin_baldary) совместно с Экологическим Информационным Сервисом (ЭКОИС) инициировали создание настоящего сборника преследующий задачу сбора и обмена научными знаниями между научно-академическим сообществом и широкой общественностью.

Данный сборник включает в себя опубликованные результаты научных исследований педагогов, ученых, аспирантов, докторантов в научных журналах "Вестник" из различных ВУЗов Кыргызстана.

**СБОРНИК ПОДГОТОВЛЕН КОМАНДОЙ
ОО "СТУДЕНТЫ КЫРГЫЗСТАНА ЗА ЗЕЛЕНУЮ ЭКОНОМИКУ"
"JERDIN_BALDARY"**

**ПРЕДСТАВЛЕН В ЭКОЛОГИЧЕСКОМ ИНФОРМАЦИОННОМ СЕРВИСЕ
(ЭКОИС)**

СОДЕРЖАНИЕ

1) АЙДАРБЕКОВА Г.Б., МУКАМБАЕВА Г.У.: ПРАВОВОЙ НИГИЛИЗМ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ НЕСООТВЕТСТВИЯ СЛОЖИВШЕЙСЯ СИСТЕМЫ ПОЗИТИВНОГО ПРАВА	3
2) КАРИМОВА Э.Т.: ПЕРЕВОД ЭВФЕМИЗМОВ НА ПРИМЕРЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СТАТЕЙ.....	7
3) ОЧОКЕЕВА А.Б.: СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «СЕМЬЯ» В КЫРГЫЗСКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ИДИОМАТИКЕ (СЕМАНТИЧЕСКИЙ И КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТЫ)	11
4) СЕЙИТБЕКОВА А.С.: АНГЛИЙСКИЕ РЕКЛАМНЫЕ СЛОГАНЫ В КЫРГЫЗСКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	15
5) БООБЕКОВА С. Б., КАЧИКЕЕВА А. Б.: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАГРЯЗНЕНИЯ ПОЧВЫ ГОРОДА БИШКЕК ТЯЖЕЛЫМИ МЕТАЛЛАМ.....	18



УДК 34.340.13.

Айдарбекова Г.Б., Мукамбаева Г.У.
КНУ им. Ж. Баласагына Ж.Баласагын атындагы КУУ
Aydarbekova G.B., Mukambaeva G.U.
KNU J.Balasagyn

Правовой нигилизм как показатель несоответствия сложившейся системы позитивного права

Калыптанган позитивдик укук системасынын туура келбеген көрсөткүчү сыяктуу болгон укуктук манкуртчулук

Legal nihilism as an indicator of the inconsistency of the existing system of positive law

***Аннотация:** Статья посвящена правовому нигилизму как показателю несоответствия сложившейся системы позитивного права. По мнению авторов, Кыргызская Республика вступила в полосу духовного кризиса, который продолжает углубляться. Разрушив советскую систему права и морально-этических ценностей, еще не создали новую правовую систему и правовую культуру, достойную правового государства. За это время не только развивались позитивные процессы, но и возникли, а подчас и сильно разрослись нежелательные формы поведения, выплеснулись наружи их худшие проявления. Народ духовно раскрепостился, но появившийся вакуум заполнили религиозные экстремистские течения, организованная преступность, коррупция, в обществе утвердились самые худшие проявления корысти, наживы, национализма. Особую опасность для развития общества и государства представляет правовой нигилизм, процветающий в государственно-властной среде.*

***Ключевые слова:** право, закон, нигилизм, правовой нигилизм, правовая демагогия, традиции, мораль, культура, образ жизни, общество, корысть, нажива, национализм, воспитание.*

***Аннотация:** Берилген илимий макалда авторлор тарабынан калыптанган позитивдик укук системасынын туура келбеген көрсөткүчү сыяктуу болгон укуктук нигилизм каралган. Авторлордун пикири боюнча, Кыргыз Республикасы тереңделип жаткан рухий кризисте тилкесине сүңгүп кирип бара жатат. Советтик укук системасы жана моралдык-этикалык баалуулуктарды бузуу менен укуктук мамлекетке татыктуу болгон жаңы укуктук системаны жана укуктук маданиятты дагы да болсо түзө албадык. Ал эми позитивдүү процесстер эле өнүккөн, ошол кезде жүрүм-турум эрежелеринин керексиз болгон формалары да көбөйгөн, ошондой эле, алардын терс көрүнүштөрү сыртка чыкты. Элибиз рухий жактан күчтүү болсо да, ал эми, пайда болгон боштукту толтурган диний экстремисттик агымдар, уюшкан кылмыштуулук, коррупция, коомдогу улутчулдуктун, оңой акча табуунун, эң төмөн көрүнүштөрдүн, түптөлүшүн көрсөтүүдө. Элибиз руханий боштондукка чыкты, бирок азыркы коомдо бул боштондукту диний экстремисттик агымдар, уюшкан кылмыштуулук, коррупция, оңой акча табуу, улутчулдук жана башка терс көрүнүштөр орун алды. Мамлекеттик бийлик чөйрөсүндө өнүккөн укуктук нигилизм коомдун жана мамлекеттин өнүгүшү үчүн өзгөчө коркунучтар бар экенин билдирет.*

***Урунтуу сөздөр:** укук, мыйзам, нигилизм, укуктук нигилизм, укуктук демагогия, каада-салттар, мораль, маданият, жашоо образы, коом, дүнүйөкорлук, улутчулдук, тарбиялоо.*

***Abstract:** The article is devoted to legal nihilism as an indicator of the inconsistency of the existing system of positive law. According to the authors, the Kyrgyz Republic has entered a period of spiritual crisis that continues to deepen. Having destroyed the Soviet system of law and moral and ethical values, we have not yet created a new legal system and legal culture worthy of the rule of law. And during this time, not only positive processes developed, but also undesirable behaviors arose, and sometimes greatly increased, and their worst manifestations spilled out. The people were spiritually liberated, but the resulting vacuum was filled by religious extremist movements, organized crime, corruption, and the worst manifestations of self-interest, profit, and nationalism were established in society. Legal nihilism, which flourishes in the state-power environment, is a special danger for the development of society and the state.*

***Key words:** law, law, nihilism, legal nihilism, legal demagogu, traditions, morality, culture, way of life, society, greed, profit, nationalism, education.*

Построение правового государства является чрезвычайно трудной задачей и ее решение возможно лишь в результате усилий всего общества на протяжении многих лет, поскольку связано с необходимостью качественного изменения состояния правового сознания общества. Наряду с общесоциальными катаклизмами и кризисами в самых различных областях общественной жизни: в экономической сфере, политике, культуре и т.п., негативно влияющих на правовое сознание общества в той или иной степени оказывают воздействие и деструктивные явления, непосредственно связанные с правовой сферой. Среди таких деструктивных явлений, оказывающих значительное влияние на сознание и поведение людей в обществе, можно выделить и правовой нигилизм.

Правовой нигилизм в наши дни получил широкомасштабное распространение: его проявления можно наблюдать в сфере повседневных взаимоотношений между людьми, в деятельности высших законодательных органов и органов исполнительной власти и т.п.

С обретением независимости правовой нигилизм в кыргызском обществе усугубился многократно, вместе со старым строем рухнуло и старое право, и старая мораль. Обрушение советского права и моральных ценностей последовало за разрушением коллективистского сознания, сменившегося диким индивидуализмом.

Старые представления о том, «что правильно и неправильно» (добросовестный труд на благо общества; забота каждого о сохранении и умножении общественного достояния; высокое сознание общественного долга, нетерпимость к нарушениям общественных интересов, коллективизм и товарищеская взаимопомощь; честность и правдивость, нравственная чистота, простота и скромность в общественной и личной жизни; взаимное уважение в семье, забота о воспитании детей; непримиримость к несправедливости, нечестности, карьеризму, стяжательству; и т.д.) менялись на прямо противоположные, сменились многие нормы социального поведения, менялись местами герои и предатели и т.д.

Кыргызская Республика вступила в полосу духовного кризиса, который продолжает углубляться. Разрушив советскую систему права и морально-этических ценностей, мы еще не создали новой правовой системы и правовой культуры, достойной правового государства. А за это время не только развивались позитивные процессы, но и возникли, а подчас и сильно разрослись нежелательные формы поведения, выплеснулись наружу их худшие проявления. Народ духовно раскрепостился, но появившийся вакуум заполнили религиозные экстремистские течения, организованная преступность, коррупция, в обществе утвердились самые худшие проявления корысти, наживы, национализма.

Создание идеального с юридической точки зрения законодательства не обеспечит правомерного поведения общества, если в нем укоренились ложные ценности и идеалы. Государство в первую очередь должно беспокоиться о воспитании общества, где будут присутствовать правильные ценности и идеалы, которые будут обеспечивать правомерное поведение людей. В таком обществе даже наличие не самых лучших законов допускается, так как общество будет вести себя правомерно под руководством совести, а не законов. В силу того, что наше общество отвергает не право в целом, а идею господства формальных юридических норм, то не совсем корректно называть людей правовыми нигилистами, вернее будет назвать кыргызское общество обществом юридических нигилистов, так как юридическая норма и право не одно и то же.

В настоящее время основным тормозом проводимых реформ является правовой нигилизм как антисоциальное явление, который прочно утвердился в правосознании граждан в Кыргызстане и постепенно становится характерной чертой нашего общества, национальной привычкой. Этот социально-юридический феномен широко распространился в практической жизни, в общественном сознании людей, в законотворчестве, политике, культуре, государственной и общественной деятельности, и к большому сожалению - среди юридического сообщества.

Правовой нигилизм, процветающий в государственно-властной среде, представляет особую опасность для развития общества и государства. Порой беззаконие творится от имени закона, формально прикрывающего неправомерные интересы частных лиц и подтверждающего изречения: «где два юриста - там три мнения», «закон что дышло: куда повернешь - туда и вышло» [1].

Истоки правового нигилизма коренятся в недоверии народа к власти; в безнаказанности государственных должностных лиц; в расхождении предписаний законов и действительности; в пороках правосудия и т.п. Законы откровенно игнорируются, нарушаются, не исполняются, их не ценят, не уважают. Этому во многом способствуют несовершенство и противоречивость законодательства, неспособность власти обуздать преступность, гарантировать гражданам их права и защитить от произвола и т. д.

Как отмечают Г.Б.Айдарбекова, Б.К.Карыпов, «уровень общей правовой культуры граждан сказывается во многих областях профессиональной деятельности, и особенно сильно отражается в

государственной деятельности».

Переход из обыденного нигилистического уровня в управленческую сферу есть одна из причин многочисленных нарушений законности, прав и интересов граждан, издание неправовых нормативных актов.

Другой причиной распространения правового нигилизма являются коррупционные проявления. Коррупция становится повсеместным явлением, что приводит к понижению авторитета судебных и правоохранительных органов, неуважению и недоверию к органам государственной власти и часто является поводом для призыва к насильственной смене власти. «Цветные» революции в Кыргызстане 2005 и 2010 гг. – тому подтверждение. Тема коррупции стала также основной причиной выхода на несанкционированные мартовские митинги молодежи в России 2017 г. [2, 107].

Негативные формы выражения нигилизма, присутствующих в российском обществе обозначил также Д.М. Ястребов: неприятие определенными слоями общества курса реформ, недовольство новым укладом жизни и новых (т.н. «рыночных») ценностей, протесты против определенных политических решений, отрицание не свойственных русскому менталитету определенных западных образцов поведения и нравственных ориентиров [3, 428].

Необходимо вновь насытить нашу правовую систему теми идеалами и ценностями, которые были присущи ей издавна, которые были традиционны для неё. Забывать о традициях в праве не безопасно для порядка в обществе. Традиции в правовой системе должны служить определенным стандартом, которому должны соответствовать все нововведения, а не перечеркивать его.

Знание гражданами своих прав, свобод, а также обязанностей перед государством и обществом является составной частью правовой культуры. Правовое сознание человека включает чувство убежденности в том, что он найдет у государства, его органов помощь в защите своих прав, законных интересов, что государство справедливо требует от него выполнения возложенных обязанностей и что он равен в правах с другими гражданами, равен со всеми перед законом и судом.

Правосознание - это совокупность идей, представлений, чувств, переживаний, выражающих отношение людей к правовым явлениям общественной жизни (законам, законности, правомерному и неправоммерному поведению, правам, обязанностям, правосудию).

Структура правосознания состоит из следующих элементов:

- правовой идеологии, т.е. систематизированного научного выражения правовых идей, взглядов, принципов, требований общества и населения;
- правовой психологии - совокупности правовых чувств, ценностных отношений, настроений, желаний, переживаний, характерных для всего общества и населения;
- поведенческих элементов (привычки, установки, готовность к деятельности...) [4, 7].

Правовая культура - это качественное состояние правовой жизни общества, выражающееся в достигнутом уровне совершенства правовых актов, правовой и правоприменительной деятельности, правосознания и правового развития личности, положительно влияющее на общественное развитие и поддержание самих условий существования государства и общества.

Правовой нигилизм – это отрицание права как социального института, системы правил поведения, которая может успешно регулировать взаимоотношения людей. Причинами возникновения правового нигилизма являются: общесоциальные причины, духовные причины, управленческие причины, правовые причины и общекультурные причины. Правовой нигилизм и правовой идеализм – явления, развиваемые и претворяющиеся в жизнь обществом и государством.

Проблемам правового нигилизма, как представляется, следовало бы уделять больше внимания, поскольку распространенность этого явления очевидна, а многие факторы, с ним связанные остаются нераскрытыми. Правовая демагогия – это особый вид социальной демагогии, состоящей в общественно-опасном, намеренном, обманном, конфликтном, внешне эффектным воздействии лица, либо различных объединений на чувства, действия людей путём различных форм ложного одностороннего, либо грубо извращённого представления правовой деятельности для достижения собственных порочных коростных целей, обычно скрывааемых под видом пользы народу и благосостояния государству [5, 14].

Кризис современного правосознания вызывает необходимость и потребность принятия и воплощения в жизнь мер, направленных на повышение общего уровня правового сознания, преодоление правового нигилизма граждан, формирование правовой культуры общества и личности, чтобы уважение к праву и закону стали личным убеждением каждого человека. Особое место в ряду этих мер должно занять правовое воспитание, которое должно быть направлено на правовое развитие личности, рассматриваемое как процесс формирования правового сознания и правовой культуры. Перспективным путем преодоления правового нигилизма может стать культурно-правовое воспитание, которое играет важную роль в предупреждении

нигилистического отношения к праву, поскольку оно формирует уважительное отношение к закону, сознание и чувство ответственности, непримиримость к коррупционным схемам в государственных правоотношениях [6, 13]. Правовое воспитание является основным средством формирования и повышения уровня правосознания и правовой культуры граждан, инструментом духовного становления личности.

При этом правосознание рассматривается как укорененное в культуре и духовности отношение к обществу и собственному месту в нем, связанное с оценкой действующих законов, а правовая культура - как прогрессивно ценностная часть правовой системы.

Формирование правового государства в Кыргызстане, тесно связано с развитием демократии, расширением прав и свобод граждан, совершенствованием организации верховной власти, регулированием отношений в обществе строящихся на верховенстве правового закона. Правовое регулирование, основанное на общеобязательных нормах, включающих идеи равенства, свободы и справедливости, воздействует на сознание и поведение людей, упорядочивает социальные отношения, обеспечивает достижение интересов общества в целом. Решение данного вопроса связано с необходимостью преодоления различных кризисных факторов в экономике, политике, культуре и в том числе деструктивных факторов, непосредственно влияющих на правовую организацию и правосознание общества.

По нашему мнению основные пути преодоления правового нигилизма - это повышение общей и правовой культуры граждан, государственных и муниципальных служащих, их правового и морального сознания; совершенствование законодательства и проведение правовой реформы; профилактика правонарушений, и прежде всего преступлений; энергичная борьба с коррупцией; упрочение законности и правопорядка, государственной дисциплины; уважение и всемерная защита прав личности; массовое правовое просвещение и правовое воспитание населения; подготовка высококвалифицированных кадров юристов; реализация судебной реформы и т.д.

На основе вышесказанного можно сделать вывод о том, что необходимо целенаправленно формировать отношение к культурно-правовым нормам как к основным, обязательным, безусловным атрибутам свободы личности, а не как к дополнительным элементам государственности и порядка. А также признать приоритетным направлением превентивной деятельности повышение уровня правосознания в обществе, поскольку правовой нигилизм может встраиваться в общественное сознание не только и не всегда в виде открытого, явного, видимого отрицания социальной ценности права, негативной ее оценки, но и иметь завуалированную форму, оказывающую латентное влияние на общие культурные составляющие поведенческой модели личности.

Список цитируемых источников:

1. Укушов М. Правовой нигилизм может погубить кыргызское государство [Электронный ресурс]. _режим доступа: <https://center.kg/article/140>.
2. Айдарбекова Г.Б., Карыпов Б.К. Вопросы повышения правовой культуры в рамках правовой политики Кыргызской Республики // Вестник КРСУ. -2017. -Том 17. - № 11. -С.107.
3. Ястребов Д.А. Правовой нигилизм как часть политико-правовой традиции: Матер. XXII межд. конф. «Проблемы управления безопасностью сложных систем». - М.: [Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН](#), 03 декабря 2014г.-С.428- 430.
4. Гойман В. Правовой нигилизм: пути преодоления / В. Гойман // Советская юстиция. – 1990. - №9. – С. 4-7.
5. Туманов В.А. О правовом нигилизме / В.А. Туманов // Советское государство и право. – 1989. - №10. – С. 14-18.
6. Матузов Н.И Правовой нигилизм и правовой идеализм как две стороны одной медали / Н.И. Матузов // Правоведение. – 1994. - №2. – С. 13.

Рецензент: *Карабалаева С.Б. – кандидат юридических наук, доцент, проректор по учебно-административной работе УНПК МУК.*

*Каримова Э.Т.
КНУ им. Ж. Баласагына
Каримова Э.Т.
Ж.Баласагын атындагы КУУ
Karimova E.T.
KNU J. Balasagyn*

Перевод эвфемизмов на примере англоязычных статей

Эвфемизмдердин англис тилиндеги макалалардын мисалындагы котормосу

Translation of euphemisms on the examples of English language articles

Аннотация: В данной статье рассматривается использование эвфемизмов в средствах массовой информации. Были приведены примеры перевода англоязычных статей. В ходе исследования был проведён анализ эвфемизмов, используемых в англоязычных и русскоязычных СМИ. Для исследования были выбраны несколько примеров, где подробно рассмотрены с точки зрения способа образования и с точки зрения тематики.

Ключевые слова: эвфемизмы, средства массовой информации, способы передачи английских эвфемизмов.

Аннотация: Бул макалада эвфемизмдердин жалпы массалык маалымат каражаттарындагы колдонулушу иликтенет. Англис тилиндеги макалалардын которууларынын мисалдары келтирилген. Изилдөөнүн жүрүшүндө кыргыз тилдүү жана орус тилдүү МКларда колдонулган эвфемизмдерге талдоо жүргүзүлгөн. Изилдөө үчүн билим берүү ыкмасы жана темасы көз карашынан майда-чүйдөсүнө чейин талкууланган бир нече мисалдар тандалып алынган.

Урунттуу сөздөр: эвфемизмы, массалык маалымат каражаттары, англис тилиндеги эвфемизмдердин жеткирүү жолдору.

Abstract: This article examines the use of euphemisms in the media. There were give examples of translation of English-language articles. The study analyzed euphemisms used in English-language and Russian-language media. Several examples were selected for the study, which are considered in detail in terms of the method of education and in terms of the subject.

Key words: euphemism, mass media, methods of transmission of English euphemisms.

«Эвфемизм – нейтральное по смыслу и эмоциональной окраске слово или описательное выражение, к которому обычно прибегают в текстах и публичных высказываниях для того чтобы заменить другие, которые считаются непристойными или неуместными словами и выражениями» [1].

Основные причины использования эвфемизмов – это стремление не создавать конфликтных ситуаций в общении, а также завуалированность сути дела. Феномен эвфемизма неразрывно связан с теорией политической корректности. Лингвисты считают это явление наиболее эффективным средством создания политкорректной лексики. Эвфемизмы также являются важным инструментом для манипулирования сознанием получателя. Феномен «эвфемии» в лингвистике традиционно ассоциируется с феноменом «табу», то есть запрета на определенные действия и слова. В свою очередь, эвфемизм - это нейтральное смягчающее слово или выражение, заменяющее слово табу.

Средства массовой информации играют важную роль в современном обществе, являясь основным источником информации и инструментом воздействия на поведение людей. Тексты газет и журналов являются интересным материалом для лингвистических наблюдений. Читая и анализируя современную британскую прессу, можно успешно изучать языковые явления, присущие английскому языку начала XXI века. Частое использование эвфемизмов в современных медиа - одно из таких явлений.

Переводчик при переводе медиа текстов в первую очередь пытается передать точный смысл статей и их социальную направленность. Для перевода английских эвфемизмов на русский язык используется несколько видов техники. Английские эвфемизмы можно перевести, выбрав русские эвфемизмы, эквивалентные английским, или найти совпадения в словарях, или использовать преобразования перевода.

Ряд эвфемизмов, взятых из статей, имеют переводческие соответствия.

К примеру, эвфемизму «**senior citizen**» соответствуют такие эвфемизмы, как «представитель старшего поколения», «лицо старшего возраста», «гражданин пожилого возраста», и ими можно воспользоваться при переводе:

«It seemed a good idea at the time, and so, in a sense, it still is: for senior citizens anywhere in England, free bus travel, except in peak hours, to anywhere else in England» (Guardian, 01.08.09).

– «В то время это казалось хорошей идеей, и, в некотором смысле, она попрежнему остается таковой: бесплатный проезд для граждан пожилого возраста в любом месте в Англии, (за исключением часа-пик) при поездке в любое другое место Англии» [2].

Рассмотрим некоторые примеры эвфемизмов из англоязычных газет, при переводе которых используется перевод эквивалентом. Например,

«Older people are being viewed in a more positive light, with new stereotypes like the happy and healthy “golden ager” superseding the outdated cliché of the “grumpy old man”, a study has found (Daily Telegraph, 05.11.11).

Существительное «golden ager» зафиксировано в словаре как эвфемизм, который заменяет слово «old person». Эквивалентом данного эвфемизма в русском языке является «пожилой человек». Следовательно, данное предложение переводится следующим образом:

«Согласно исследованию, стариков рассматривают в более выгодном свете, когда новые стереотипы вроде счастливого и здорового «пожилой человека», заменяет устаревшее клише «ворчливый старик» [3].

Ряд эвфемизмов, взятых из статей, имеют переводческие соответствия. Поскольку эквивалент является единственным постоянным и эквивалентным соответствием, в действительности при наличии эквивалента переводчик лишается права выбора. Но стоит отметить, что использование эквивалента нельзя сделать абсолютным. Для правильного выбора слова в переводе прежде всего необходимо учитывать его смысловую и стилистическую адекватность оригиналу. Адекватность относится не только к данному переводному эвфемизму или эвфемистической фразе, но и к контексту. Поскольку эвфемизмы имеют определённый эмоциональный оттенок, отсюда следует, что межязыковые синонимы являются наиболее подходящими вариантами перевода.

На примере эвфемизмов, где применяется перевод гипо-гиперонимический перевод. Гипо-гиперонимические соответствия представляют собой замену названия видового понятия родовым именем или наоборот. Например:

«Address immigration which is a huge issue for Indian Americans, Asian Americans and the Latino community» (Guardian, 06.09.12).

В данном предложении используются сразу несколько эвфемизмов, которые позволяют исключать расовую и этническую дискриминацию. Эвфемизм «Asian Americans» заменяет некорректное прилагательное «Oriental» (азиатский), которое как предполагают, навязано жителям Азии европейцами. Слово «Oriental» заменяется на более нейтральное слово «Asian». А что касается эвфемизма «Latino», то, как известно, в США проживает много латиноамериканцев. Поэтому в 70-х годах XX века ввели общий термин «Hispanics» (от прил. «Hispanic» - испанский, латинский), обозначающий уроженцев из Латинской Америки. Но, тем не менее, многие пытаются не употреблять данное слово, поскольку при слове «Hispanics» чаще возникают ассоциации с людьми с низким доходом. Вместо этого употребляются следующие варианты «Spanish American» (американец испанского происхождения), «Latinos» (латиноамериканцы), или как у нас в примере «Latino community». Следовательно, данное предложение переводится таким образом:

«Обратите внимание на иммиграцию, представляющую собой проблему для американцев индийского и азиатского происхождения, а также для представителей латинской диаспоры» [4].

Пример из газетной статьи:

«Brig Gen Mark Van Uhm, chief of Allied operations, said almost 2,800 sorties had been flown over Libya, destroying more than a third of Col Gaddafi's military assets» (BBS News, 20.04.11.).

Существительное «assets» – яркий пример политического эвфемизма, использующийся в английском языке для обозначения оружия и заменяющий в данном контексте существительное «weapon». В русском языке для смягчения слова «оружие» можно употребить эвфемизм «военная сила». Тогда описываемое предложение можно перевести так:

«Бриг Ген Марк Ван Ум, глава союзнических военных операций заявил, что было проведено почти 2800 боевых вылетов в Ливии, что привело к уничтожению более третьей части военных сил полковника Кадаффи» [5].

Еще один пример, взятый из газетного текста:

«Another said that the Oak Creek killings are the “collateral damage” of the alQaida attacks». (Guardian 06.06.12)

– *«Другой заявил, что убийства в городе Оук Крик являются «сопутствующими потерями» от атак Аль-Каиды»* [6].

Выражение «collateral damage», которое в наши дни употребляют в качестве политического эвфемизма, впервые появилось в печати в 1979 году в американской газете «New York Times». Данный эвфемизм является «корректной» альтернативой для именовании гражданских лиц, убитых случайно во время военных действий. Надо отметить, что данный эвфемизм получил широкое распространение во время войны в Персидском заливе в 1991 году.

Если сравнить эвфемизм «causalities» (от лат. слова casus – «случайность») с такими эвфемизмами, как «collateral damages» и «body counts», то можно заметить, что данное слово значительно чаще встречается в статьях, посвященных военным действиям:

«The war needs time, but we are determined to annihilate the Islamic State and to liberate all the areas they occupy even if we suffer heavy causalities, because we have no other choice» (Guardian, 19.08.14)

- *«Войне нужно время, но мы полны решимости уничтожить Исламское государство и освободить все территории, которое оно оккупировало, даже если это приведет к большим жертвам, потому что у нас нет иного выбора»* [7].

Эвфемизм «causalities» появился в тот период, когда разгорелась война в Персидском заливе, хотя согласно некоторым источникам данное слово возникло ещё во время Вьетнамской войны, и означало оно в то время «неизбежные жертвы среди мирных жителей».

Если в русском языке нет совпадений для эвфемизмов, переводчики используют различные преобразования перевода. Одним из видов лексических превращений является калькирование. При вычислении компоненты лексических единиц оригинала заменяются их лексическими соответствиями. Анализ перевода эвфемизмов в газетных текстах показывает, что исчисление является одним из наиболее распространенных методов перевода. Благодаря калькированию наиболее полно передаются стилистические и коннотативные значения эвфемистических выражений, а лексикон русского языка обновляется новыми словарными единицами. Вот несколько примеров перевода с помощью калькирования эвфемизмов, взятых из англоязычных медиа-текстов:

«Hodge told the executives that UK taxpayers are increasingly frustrated by the use of tax havens and creative accounting by large firms trading in Britain» (Guardian, 12.11.12).

Финансовая сфера является той сферой, где часто используются эвфемизмы. Люди, вовлеченные в эту сферу деятельности, часто употребляют эвфемистические метафоры, которые представляют ситуацию в более выгодном свете, смягчая и камуфлируя прямые наименования. Так, прилагательное «dishonest» (с прямым значением «нечестный») заменяется на прилагательное «creative», и с его помощью создается словосочетание «creative accounting», что, по сути дела, означает подтасовку цифр в отчетах. В последние годы в составе экономической лексики русского языка появилось сходное эвфемистическое выражение «творческий подход к составлению финансовой отчетности», заменившее широко используемый ранее термин «черная бухгалтерия». Таким образом, рассмотренное предложение можно перевести следующим образом:

«Ходж заявил представителям исполнительной власти, что налогоплательщики Великобритании всё больше и больше недовольны использованием налоговых убежищ и творческой бухгалтерии крупными фирмами, занимающиеся коммерческой деятельностью в Британии» [8].

Но в английском языке существуют такие эвфемизмы и эвфемистические выражения, перевод которых приводит в замешательство даже самых опытных переводчиков. Подобные эвфемизмы и эвфемистические выражения переводятся с помощью описательного перевода. Описательный перевод – один из переводческих приемов, при котором лексическая единица исходного языка передается словосочетанием, объясняющим ее значение. Когда в русском языке не существует эквивалентного или вариантного соответствия английскому слову, часто переводчикам приходится прибегать именно к данному способу перевода, поскольку эвфемизмы не закреплены в словарях и об их значении стоит только догадываться. Также описательный перевод применяется для того, чтобы смысл эвфемистического выражения был понятен русскому человеку [13].

«Estonia, Latvia and Lithuania, anxious that battle of wits with Kremlin may escalate, look to Nato for back-up pledge» (Guardian, 18.09.14). *It may be Ireland against Wales but it will also be a battle of wits between two New Zealanders who know each other well».* (Guardian, 07.02.14).

Дословно «battle of wits» означает «битва умов». Как нам кажется, использование экспликации

(«ожесточенный спор») – более удачный вариант перевода данного эвфемизма. В переводе мы получаем:

– *«Эстония, Латвия и Литва беспокоятся, что споры с Кремлем могут усугубиться, поэтому они полагаются только на поддержку со стороны НАТО. Возможно, это будет противостояние между Ирландией и Уэльсом, но это также будет ожесточенным спором между двумя новозеландцами, которые знают друг друга очень хорошо» [9].*

В заключение становится понятно, что средства массовой информации играют огромную роль в жизни современного общества. В XXI веке средства массовой информации являются наиболее интенсивно развивающейся стороной речевой деятельности в обществе. Основными характеристиками медиа-языка являются: насыщенность информацией, жанровое разнообразие, общественнополитическая лексика, большое количество клише. В целом англоязычным средствам массовой информации, как правило, свойственно тенденция к табу, эвфемизации и политической корректности [11]. Феномен эвфемии неразрывно связан с теорией политкорректности. Политкорректность языка описывается как мощная культурная и языковая тенденция, которая проявляется в попытке найти новые способы выражения языка, а не те, которые могут повредить чувствам человека, ущемлять его права человека с точки зрения возраста, расы, пола, внешности и т.д. [12].

В современных британских средствах массовой информации эвфемизмы делятся в зависимости от сферы применения, которые охватывают такие темы, как болезнь, смерть, возраст, пол, раса, этническая принадлежность, интимные отношения, физические и психические расстройства, физиологические процессы и условия человеческого тела, вооруженные конфликты, экономическая нестабильность, профессии, финансовое положение, человеческие пороки, социальные пороки, преступления и их наказания. Перевод эвфемизмов и эвфемистических выражений чаще всего осуществляется путем выбора эквивалентов и межязыковых соответствий в русском языке, описательного перевода и калькирования [10]

Список цитируемых источников:

1. Скороходова, Л.В. Эвфемизмы и псевдоэвфемизмы в английском языке. Сферы и цели использования [Электронный ресурс] / Л.В. Скороходова // «Language & Science». – 2013. – <http://old.utmn.ru/docs/9508.pdf>
2. The Guardian [Electronic resource]. - Режим доступа: <http://www.theguardian.com/uk> (Guardian, 01.08.09)
3. The Daily Telegraph [Electronic resource]. - Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/> (Daily Telegraph, 05.11.11).
4. The Guardian [Electronic resource]. - Режим доступа: <http://www.theguardian.com/uk> (Guardian, 06.09.12)
5. BBC News [Electronic resource]. - Режим доступа: <http://www.bbc.com/news> (BBC News, 20.04.11.)
6. The Guardian [Electronic resource]. - Режим доступа: <http://www.theguardian.com/uk> (Guardian 06.06.12)
7. The Guardian [Electronic resource]. - Режим доступа: <http://www.theguardian.com/uk> (Guardian, 19.08.14)
8. The Guardian [Electronic resource]. - Режим доступа: <http://www.theguardian.com/uk> (Guardian, 12.11.12).
9. The Guardian [Electronic resource]. - Режим доступа: <http://www.theguardian.com/uk> (Guardian, 18.09.14) (Guardian, 07.02.14).
10. Добросклонская, Т.Г. Медиа-лингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т.Г.: Добросклонская: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 262 с.
11. Новикова, М.Р. Эвфемизмы в языке СМИ / М.Р. Новикова // Материалы секции «Журналистика» на XIII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов». – М.: Изд-во МГУ / факультет журналистики, 2006. – С. 35.
12. Шейгал, Е. И. Эвфемизация в политическом дискурсе / Е. И. Шейгал // Языковая личность: проблемы креативной семантики. К 70-летию профессора И. В. Сетенберг: Сб. науч. тр. / ВГПУ. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 158-171.
13. Яровая, Л.С. Способы образования эвфемизмов в английском языке / Л.С. Яровая // Университетские чтения. – 2008. – Пятигорск: ПГЛУ. – 2008. – С. 200- 209.

Рецензент: Мамбаева С.К. – кандидат филологических наук, доцент КТУ Манас.

Семантическое поле «Семья» в кыргызской и английской идиоматике (семантический и когнитивный аспекты)

Кыргыз жана англис фразеологизминдеги «Үй-бүлөө» семантикалык талаасы

Semantic field «Family» in Kyrgyz and English idiom (semantic and cognitive aspects)

Аннотация: В статье анализируются основные тенденции в использовании семантического поля «Семья» в формировании идиоматики в кыргызском и английском языках; выявляются когнитивные основы этого процесса.

Ключевые слова: семья, семантическое поле, идиома, идиоматика, идиоматические выражения, когнитивная лингвистика.

Аннотация: Бул макалада кыргыз жана англис фразеологизмдерди калыптандырууда үй - бүлөөнүн семантикалык талаасын колдонуунун негизги тенденциялары талдоого алынган.

Урунттуу сөздөр: Үй-бүлөө, семантикалык талаа, когнитивдик лингвистика, идиоматикалар.

Abstract: In this article the main trends of the usage of the semantic field «family» in the forming of Kyrgyz and English idioms are analyzed; cognitive fundamentals of this process are distinguished.

Key words: family, semantic field, idiomatic system, cognitive linguistics.

«Семья - социальный институт, базовая ячейка общества, это объединение людей, основанное на браке или кровнородственных отношениях, связанное хозяйственно- бытовой общностью и взаимной ответственностью. А также, семья - это универсальный социальный институт, но ее функции и особенности развития непосредственно связаны с историей и культурой этноса. Именно поэтому концепт «семья» играет важную роль в любой языковой картине мира» [1].

Лингвокультурная специфика концепта наиболее ярко проявляется в идиомах, ориентированных на отражение традиции ионного мировоззрения [3], что проявляется, в частности, в составе и внутренней форме фразеологических единиц кыргызского и английского языков.

В целом семантическое поле «Семья», ориентируясь на реальные связи, присущие данному социальному институту, формируется на базе таких дифференциальных признаков, как:

• бир туугандык (кровное родство) – кайын журт (родство по браку / свойство), мисалы: атакүйөө - кайын ата (отец - муж - свекор);

• түз байланыш (прямое родство) – кыйыр байланыш (непрямое / косвенное родство) мисалы апа-тай эже- эжеке (мать - тетя);

• Тууганчылыктын горизонталдуу жана каптал сызыктары (горизонтальные / боковые линии родства) мисалы- ага-карындаш (брат - сестра); гендердик мүнөздөмө (гендерная характеристика) мисалы уул-кыз (сын - дочь).

Одной из групп, образующей фразеологические единицы, являются номинации кровных родственников по прямой линии, причем как по вертикали (мисалы чон-ата, чон-апа, ата, апа, уул, кыз ср.: дед, бабушка, отец, мать, сын, дочь), так и по горизонтали (мисалы ага, карындаш -брат, сестра).

Показательно, что в группе прямые кровные родственники представлены тремя основными ступенями (мисалы чон-ата-небере, ата-уул, дед - внук; отец - сын). Группа «Косвенное кровное родство» в кыргызской фразеологической единице представлена всеми ядерными единицами (мисалы, тай аке, тай-эже, дядя, тетка, племянник, племянница).

Значительно менее активно в процесс идиоматизации включается лексика, характеризующая родство по браку / свойству, причем здесь также отмечаются определенные специфические свойства.

Так, в кыргызской фразеологической единице обнаруживаются в основном номинация лиц, состоящих в браке: терминологические обозначения күйөө (муж), аял (жена), а также есть

несколько синонимов к этим обозначениям: “өмүрлүк жар,, этот синоним относится к слову муж и жена; “түгөй,, (половина), мисалы: түгөйүн тапты (нашел свою половину), люди в возрасте могут обращаться друг к другу: байбиче, абышка или кемпир, чал что в переводе означает жена и муж.

Наконец, в процесс идиоматизации вовлекаются номинации лиц, не имеющих семьи или лишившиеся членов семьи в результате смерти последних. Характерно, что это только наименования первого младшего поколения – жетим (сирота), а также один из супругов жесир (вдовец, вдова, вдовица).

По данным социологов и культурологов в кыргызском обществе традиционная семья носит патриархальный характер. Если в семье несколько сыновей, то младший сын женившись остается с родителями в родительском доме, родительский дом остается по наследству ему. По традиции каждый кыргыз должен знать имена дедов и прадедов до седьмого колена- “Жети ата,, (Семь отцов). Дочь выйдя замуж становится практически членом семьи мужа. Ее дети будут принадлежать роду мужа.

Так же есть традиция, которая появилась в кочевой период жизни кыргызов, когда девушка, выходя замуж, уезжала далеко от родного дома и не имела возможности навещать родителей и спрашивать советы, родители назначали (это делается обычно со стороны жениха) “өкүл ата,, и “өкүл апа,, (посаженные родители), это как бы названные родители, которые будут поддерживать ее в новой семье.

Степень продуктивности использования членов семантическое поле семья в составе идиоматики проявляется также в том, насколько регулярно формируются фразеологической единицы с данными членами.

Наиболее активными в этом отношении оказываются ядерные терминологические обозначения прямых кровных родственников - мужчин, связывающих родителя и его ребенка, а также ребенка по отношению к другому ребенку в том же поколении. Несколько ниже процент использования наименования родительницы, а также ребенка женского пола по отношению к другому ребенку тех же родителей.

В современном кыргызском обществе, ведущей является патриархальная семья (муж, жена, дети, проживающие вместе)[5], в идиоматике отражена система семейных отношений, занимающая среднее положение и малой патриархальной.

Частотность других членов поля не превышает четырех фразеологической единицы, причем две трети лексем из семантического поля семья фиксируются в составе фразеологизмов не более одного-двух раз.

Таким образом, анализ внутренней формы кыргызской фразеологической единицы свидетельствует о том, что для носителей языка семья представляет собой ячейку общества, ядро которой составляют члены патриархальной семьи, причем связи родителей - детей оказываются более значимыми, нежели связи супругов. Значительно менее концептуально значимыми оказываются связи кровных родственников не по прямой линии. Еще в большей степени это относится к различного рода свойственникам.

Вместе с тем кыргызская СЕМЬЯ (по данным идиоматики) достаточно патриархальна. Это проявляется не только в том, что в патриархальной семье кровное родство играет большую роль по сравнению с брачным союзом, но и в том, что номинации родственников мужского пола используются значительно чаще, чем женского.

Причиной этого, на наш взгляд, является то, что в кыргызском обществе до настоящего времени в известной степени сохраняется установившийся с древнейших времен патриархальный уклад - с главенством мужчины в доме. Издревле мужчины несли ответственность за благополучие членов своего племени и семьи: добывали еду, защищали от врагов, возводили поселения, правили государствами. Это обусловило их привилегированное положение и в семейной иерархии.

Кроме того, патриархальность кыргызского концепта СЕМЬЯ проявляется также в том, что он в большей степени ориентирован на прошлое, поскольку в целом номинаций родственников старшего поколения, то есть предков, больше, нежели номинаций поколения младшего, особенно второго поколения.

Наконец, анализ внутренней формы кыргызских фразеологизмов явно указывает на то, что носители кыргызского языка предпочитают употреблять основные терминологические обозначения членов семьи. Синонимические варианты, подчеркивая не только то, что именно связь родителей с детьми, а также детей между собой представляется наиболее значимой, но и то, что именно эти связи оказываются наиболее близкими в эмоционально-личностном отношении.

В английском языке, не имеющем близкого родства с кыргызским генетически и этнокультурно, в составе фразеологического корпуса с членами семантического поля семья во внутренней форме (по лексикографическим данным) обнаруживаются как сходные, так и

специфические черты.

Количество членов семантического поля семья английского языка составляет 50 лексем, то есть почти в три раза меньше, чем у соответствующего кыргызского поля. Данный факт можно объяснить разными причинами.

С одной стороны, словообразовательная система английского языка менее развита, поэтому словообразовательных синонимов (например, с диминутивными аффиксами) здесь не фиксируется.

С другой стороны, в английском семантическом поле семья, в отличие от кыргызского, практически треть единиц - аффиксальные дериваты членов семантического поля семья (ср.: mother - grandmother, son - grandson, father - grandfather - great-grandfather) или производные фразеологизмы (brother-in-law, mother-in-law).

Как и в кыргызском языке, члены семантического поля семья активно участвуют в идиоматизации, причем число таких фразеологических единиц несколько выше. Большой продуктивностью отмечено и использование конкретных членов семантического поля семья в процессе идиоматизации, хотя и здесь степень частотности употребления отдельных групп и подгрупп семантического поля семья в этом процессе разная.

Так, обращает на себя внимание тот факт, что абсолютное и относительное число фразеологических единиц с обобщенными номинациями родственников (семья, семейство - family) в английском языке значительно больше *A man of no family* 'человек без рода, без племени'; *Family circle* 'семейный круг', чем в русском, что свидетельствует о большей, в частности, концептуальной, значимости этого феномена в английской фразеологической картине мира по сравнению с русской.

Но общим для исследуемых фразеологических корпусов является абсолютное преобладание фразеологических единиц с терминами кровного родства, внутри этой группы - с терминами прямого родства, хотя в английском языке относительное число таких ФЕ несколько меньше.

Показательно, что в английском языке, как и в кыргызском, наиболее активны при идиоматизации термины прямых родственников по вертикали, но в английской идиоматике более явно преобладает нуклеарное представление о семье. В частности, в фразеологической единице используются почти исключительно термины первого старшего и первого младшего поколений.

Члены подгрупп «Третье старшее поколение (прадеды)» и «Второе младшее поколение (внуки)» в английской идиоматике, в отличие от русской, не зафиксированы совсем. Например: *the Father of the city* 'олдермен Лондона'; *The daughter of Jezebel* 'преступная, наглая женщина'; *Son of a bitch* 'мерзавец'; *Mother Bunch* 'гадалка'.

Это же концептуальное свойство проявляется в группе «Родственники по браку». Как и в кыргызском языке, в английском активно используются только члены подгруппы «Супруги» (*husband, wife*), причем их продуктивность практически одинакова в исследуемых языках, тогда как членов подгруппы «Свойственники» во фразеологизмах носители английского языка не употребляют. Например: *An old wife* 'кумушка, сплетница'; *Bachelor's wife* 'мечта холостяка'; *Husband's tea* 'слабый, холодный чай'.

Вместе с тем практически в три раза выше в английской идиоматике продуктивность членов подгруппы «Непрямое кровное родство». Показательно, что предпочтение отдается номинациям старшего поколения. Например, *aunt, uncle, If my aunt had been a man, she'd had been my uncle* 'если бы да кабы'; *One's uncle's* 'лавка ростовщика'.

Не отличаются продуктивностью в образовании фразеологической единицы члены подгруппы «Свойственники». Этот факт можно связать с проявлением меньшего интереса носителей английского языка к отношениям, возникающим между семьями брачующихся, чем, скажем, у представителей кыргызской лингвокультуры (в кыргызской культуре, как известно, существуют определенные личностные стереотипы некоторых членов семьи (кайын-эне, кайын-ата, келин, күйөө бала, теща, свекровь, свекр, невестка, сноха, зять), не изменяющиеся на протяжении многих лет.

Носители английского языка, формируя фразеологическую единицу, также проявляют избирательность не только в выборе тематической группы лексемы, являющейся членом фразеологической единицы, но и конкретной единицы в группе.

К числу наиболее частотных английских единиц в составе номинаций кровных родственников, как и в кыргызском языке, относятся ядерные термины нуклеарной семьи, что указывает на сходство концептуальных картин мира в сознании кыргызского и английского этносов. Вместе с тем особый интерес представляют лексемы, ранг которых в исследуемых корпусах фразеологической единицы сильно различается.

Так, в английской идиоматике среди номинаций лиц одного поколения по отношению друг к другу продуктивностью отмечены не только номинации кровных родственников (*brother, sister*), но и некровных родственников (*cousin*). В то же время лишь единичным примером представлено

использование младшего члена семьи, лишённого родителей (orphan). Например: A sob sister 'репортер, пишущий душещипательные статьи'; A weak sister 'маменькин сынок'; Big brother 'более крупная компания, сильный конкурент'; Brother in arms 'боевой товарищ'; Orphan's court 'суд по делам о наследстве и опеке'.

Интересно, что в английской идиоматике еще в большей степени, чем в кыргызской, прослеживается культ отца семейства (по сравнению с матерью). Так, представленность лексемы father в роли компонента фразеологической единицы практически в два раза выше, чем mother (Father Christmas; Father Knickerbocker; The Father of English poetry; The Father of Rivers). Это тем более показательно, что в целом в гендерном отношении той «дискриминации» представительниц женской части семьи, что отмечалась в кыргызской идиоматике, в английском фразеологическом корпусе не фиксируется.

Примерно с одинаковой частотой представлены в фразеологической единице лексемы aunt и uncle. Например: Aunt Jane; My (giddy / sainted) aunt!; Cry / say uncle; Talk to somebody like a Dutch uncle.

Возможно, это связано в какой-то степени с более длительной борьбой английских женщин за равноправие. Но представляется, что скорее всего определенные концептуальные признаки представительниц женской части семьи оказываются более востребованными при формировании фразеологической единицы.

В целом различная избирательность отдельных членов семантического поля семья в анализируемых фразеологических корпусах (ср. отсутствие в английской идиоматике фразеологические единицы с лексемой grandson 'внук') свидетельствует о том, что в концептуальной картине мира кыргызского и английского этносов они и связанные с ними концептуальные коннотации играют разную роль, что отражается, в частности, в тех семантических (и концептуальных) преобразованиях, что происходят с терминами родства в составе фразеологической единицы.

Тем более важным представляется тот факт, что в обоих языках наиболее востребованными и, следовательно, концептуально значимыми являются номинации ближайших кровных родственников нуклеарной семьи, причем преимущественно мужского пола

Список цитируемых источников:

1. С м.: Капитонов Э. Социология XX века. Ростов н/Д, 20 06.
2. Известия Саратовского университета. Нов. сер. С ер. Филология. Журналистика. 2013. Т. 13 , вып. 3
3. Мержоева З. Концепты родства в молодежном языковом сознании русских и ингушей: дис. канд. филол. наук. Саратов, 2009. С. 5.
4. С м.: Алефиренко Н. Фразеология в свете современных лингвистических парадигм. М., 2008. С. 2 3; Телия В. Русская фразеология. М., 19 96. С. 214.
5. С м.: Алефиренко Н., Золотых Л. Фразеологический словарь: Культурно- познавательное пространство русской идиоматики. М., 20 08; Бирих А. Русская фразеология. Историко-этимологический словарь. М., 2005; Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий / отв. р ед. д-р филол. на ук В. Н. Телия. М., 20 06; Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. 2-е изд., испр. и доп. М.; Вена, 2004; Русский семантический словарь: в 4 т. / под об щ. ред. Н. Ю. Шведовой. М., 1998- 20 07 ;

Рецензент: Жумалиева Г. Э. – кандидат филологических наук, доцент КГУСТА им. Н. Исанова

Английские рекламные слоганы в кыргызских средствах массовой информации

Англис тилиндеги жарнамалык ураандар кыргыз маалымат каражаттарында

English advertising slogans in the Kyrgyz media

Аннотация: В статье рассматриваются причины появления и употребления англоязычных слоганов в кыргызских средствах массовой информации. В работе затрагивается история возникновения слоганов и примеры их употребления. Авторы рассматривают понятие «слоган», анализируют перевод рекламных слоганов, относящихся к СМИ. Объект исследования - англоязычные рекламные слоганы, переведенные на кыргызский язык.

Ключевые слова: рекламные слоганы; перевод; трансформация; средства массовой информации.

Аннотация: Макалада кыргыз маалымат каражаттарында англис тилиндеги жарнамалык ураандардын пайда болушунун жана колдонулушунун себептери талкууланат. Иитин жүрүшүндө жарнамалардын пайда болуу тарыхы жана аларды колдонуу мисалдары каралган. Автор "ураан" түшүнүгүн карап чыгып, маалымат каражаттарына байланыштуу жарнамалык ураандарды которуу боюнча талдоо жүргүзүшөт. Изилдөөнүн объектиси - кыргыз тилине которулган англис тилиндеги жарнамалык ураандар.

Урунттуу сөздөр: жарнама; котормо; трансформация; маалымат каражаттары.

Abstract: This article considers the reasons of usage of the English-language slogans in the Kyrgyz media. The article deals with the history of slogans and examples of their use. The authors consider the concept of "slogan" analyze the translation of advertising slogans related to the media. The object of the research is English-language advertising slogans translated into Kyrgyz.

Key words: advertising slogan; translation; transformation; media

In the era of world globalization, the transition of our society from industrial to informational one continues. As a result, the market is expanding at a faster pace. The export and import of goods lead to the fact that advertising performs the main communicative function - the dissemination of information about the product. According to Dentsu Aegis Network, the global ad market grew by 3.8% in 2019 to reach \$ 625 billion. For example, Procter & Gamble spent over \$ 2.88 billion on advertising in 2018 [1].

Today the sphere of human communication is difficult to imagine without such as advertising. Advertising not only organizes and regulates some of the processes of interaction between people, but also directly or indirectly affects their psychological and sociocultural state, the way of thinking, and forms their value preferences. Living in the modern world means not only accepting advertising for granted with all its pros and cons. Living in the modern world means accepting yourself as an effective participant in the cultural field, occupied by advertising. It is this circumstance that makes us consider advertising in the most essential way as a form of communication and consider the specifics of the language mechanisms used in advertising [2].

Definition of advertising is proposed by E.V. Medvedeva and considers it as a type of communication process and as an advertising message serving to establish contact between the producer and the consumer, which manifests itself, first of all, intangible, due to verbal and non-verbal information [3].

Good advertising can maintain interest in the product from consumers for a long time, and also helps to promote the company in the market.

Many people think that advertising is useless information. In fact, it performs a number of very important functions. Let's list the main ones:

- Informing consumers about the advertised product;
- Formation of the brand image;

- Convincing people to take any action (for example, buy a product or use a service);
- In addition to functions, advertising performs a number of tasks:
 - Increase in demand for the advertised product;
 - Maintaining positions in the market for goods and services.
 - Search for new sales channels;
 - Creation of the effect of filling the market with a certain product;
 - Creation and maintenance of an appropriate image of the company in the market;
 - Dissemination of information among consumers about the good quality of the product [4].

An advertising slogan is a laconic, easy-to-remember phrase that expresses the essence of an advertising message - it is a text of a special nature. Slogan - An advertising motto that conveys the advertising message in a condensed form, part of the brand's long-term communication platform. It is used in all types of advertising communication to attract the attention of the target audience, increase its loyalty to the brand, and stimulate sales. Can be registered as a trademark [5].

Speaking about the features of the slogan, it is important to outline its influence on the mass consciousness of the audience and the formation of the communication skills of the recipients of advertising information. On the one hand, the slogan can be viewed as a special "mirror" of culture, objectively reflecting the communicative environment of society. In our opinion, this reveals the uniqueness of the slogan as a social phenomenon. This conclusion is justified, since the slogan seeks to "speak" the same language with the consumer, to be as clear as possible and close to the audience. Brevity, conciseness and clarity are the main elements of the success of any slogan [6].

The use of slogans is believed to have become popular since May 29, 1886, when the Atlanta Journal ran an advertisement suggesting a taste of the "popular new carbonated beverage" - Coca-Cola, which is called tasty and refreshing [7].

Global brands do their best to be recognized. They translate their advertising slogans into all languages of the world and distribute them around the world.

When translating into other languages, it is necessary to take into account all the features of the translation. For a good translation, translators have to resort to translation transformations. The term "translation transformation" appeared among linguists such as V.N.Komissarov, L.S.Varkhudarov, RK Minyar-Beloruhev L.S. Barkhudarov defines translation transformations as "those numerous and qualitatively diverse transformations that performed to achieve translation equivalence despite the differences in the formal and semantic systems of the two languages [8].

The level of Internet penetration in Kyrgyzstan is growing every year. The World Wide Web and the provided opportunity are becoming more accessible and diverse. Almost everywhere, the Internet is used to effectively conduct and promote business, not only in the private sphere, but also in government agencies, as well as among various media.

In Kyrgyzstan, the majority of advertisers are foreign companies. And many of them are faced with the problem of translating the original slogan and its adaptation in the Kyrgyz language, which is probably explained by the typological differences between the Kyrgyz and English languages. This means that the meaning of a phrase, which is in English is expressed through changes in the formal characteristics of words, in Kyrgyz it can be transmitted through a combination of the meanings of several words. When translating English-language advertising slogans, in some cases, the translators do not translate the original sentence, but give its "*semantic equivalent*". Translators are engaged in production, and, of course, without them these slogans would not exist in the target language, but the translation of the slogan is by no means an "original creative work. When translating a slogan, you need to make sure what people want.

Impossible is nothing! – Невозможное возможно (Adidas)

Think Different! – Думай иначе (Apple) **Connecting people.** – Соединяя людей (Nokia) **Just do it!** – Просто сделай это (Nike)

The Power of Dreams. – Сила мечты (Honda)

The Pursuit Of Perfection. – Стремление к совершенству (Lexus) **Challenge everything!** – Бросай вызов всему (EA Games) **Trusted Everywhere.** – Доверяют везде (Duracell)

There are some things money can't buy.

For everything else, there's Master Card – Есть несколько вещей, которые нельзя купить. Для всего остального существует MasterCard Keeping ahead through technology. – «Превосходство высоких технологий». (Audi) Life's Good – Жизнь хороша. (LG)

In accordance with the Law "On the State Language of the Kyrgyz Republic" adopted in 2004, owners of outdoor advertising must place advertising texts in two languages: *Russian and Kyrgyz*. It has greatly complicated the work of advertisers, since they were faced with the task of not only translating the text, but

also ensuring that the translations were consistent with the adequacy and effectiveness of the original. The difficulty lies in the fact that currently there are no standards for the translation advertising texts, although the need for this is great. Almost all advertisements in Bishkek are first produced in Russian and then translated into Kyrgyz. But advertising is a special type of information where simple technical translation is not enough; to convey its main message, it is necessary to re-formulate the entire semantic range in the target language. Without this, advertising will have no effect, said M. Razayev [9].

Coca-cola – Кайталангыс даам! Тамактануунун даамын сез!

Сникерс – Токтобой сникерс же

The Power of Dreams – Кыялыңдын күчү (Honda)

Obey your thirst – Суусунуңду кандыр

A taste of paradise – Бейиштин даамы (“Bounty”)

For the moments that matter – Унутулгус учурлар учун

As the researchers note, the most common mistake in many advertising texts is in the violation of lexical collocation and misuse of some words. An interesting example is given by M. Dzharparova, who researched on the quality of translation advertising texts. M. Dzharparova notes many cases of incorrect translation of the text of advertisements into the Kyrgyz language. For example, on a billboard in the center of the Bishkek is written: “For every large Magburger pizza, 1 liter of Coca-Cola as a gift.” It is translated into Kyrgyz as:

“Magburgerdegi ар бир чон пиццеге бир литрден Coca-Cola белек берилет”

The correct version should sound like this:

“Magburgerdegi ар бир чон пиццага бир литрден Coca-Cola белекке берилет”

M. Dzharparova notes many examples of incorrect translation of advertising texts into the Kyrgyz language and emphasizes that this reduces the effectiveness of advertising and is an indicator of a low level of cultural and speech literacy. When composing advertising texts, authors often do not think about the fact that even one unsuccessfully used word can not only reduce the effect of the text, but, on the contrary, make it anti-advertising [10].

To achieve the effectiveness and success of advertising, the translated advertising text must combine both linguistic and extra-linguistic components. When choosing one or another method of translation, one should take into account the purpose of the advertising message, the composition of the audience to which this advertisement is directed to, the nature, as well as various linguistic features of the original advertising text, the cultural specifics of the country into which the advertisement will be translated. Advertising will be considered effective when using various means of expressiveness in it, giving the advertisement even more emotion.

Translation of verbs in the imperative form, as well as the use of various attributive combinations in advertising is also a sign of advertising success. But the main rule that a translator must adhere to when working with advertising text is that when translating advertising, the advertising text is not translated verbatim, but is rewritten in the language of the consumer’s country, taking into account all its national and cultural specifics.

Список цитируемых источников:

1. Перевод и интерпретация рекламы с английского языка на русский. Englishdom. 13.02.2019 <https://habr.com/ru/company/englishdom/blog/440076/>
2. Элиас Н. Общество индивидов / пер. с нем. — М.: Прогресс, 2001. — С. 282
3. Гумерова.О.А. 2012. Филология и искусствоведение с 54-55
4. Что такое реклама –каковы ее цели и задачи, виды и функции. 02.01.2020 <https://kazarabativat.ru/marketing/chto-takoe-reklama/>
5. Жук Нина Васильевна, доцент; Тузова Марина Карапетовна, доцент; Ермакова Лариса Викторовна, доцент национально-исследовательский университет (г. Москва). Актуальность рекламного слогана и проблемы его перевода Журнал молодой ученый стр-91
6. Красулина Е. С. Журнал «Индустрия рекламы». – 2007.-№3
7. Бове К.Л., Аренс У.Ф. Современная реклама 1995 с-17
8. Бархударов Л.С. стр. 190 о поверхностных и глубинных структурах предложения 1973 №3
9. АКИpress. В Бишкеке большинство рекламы на кыргызском языке выходит с ошибками. 02.01.2014 <http://kg.akipress.org/news/50330>
10. Джапарова М. Язык наружной рекламы // Теоретические и практические аспекты русского языкознания в Кыргызстане // Материалы студенческой научно- практической конференции. – Бишкек: КРСУ, 2007. –с-73-82]

Рецензент: Мамбаева С.К. – кандидат филологических наук, доцент КТУ Манас

Определение загрязнения почвы города Бишкек тяжелыми металлам

Бишкек шаарынын топурагынын оор металлдар менен булганышын аныктоо

Determination of the soil of Bishkek city by heavy metals

Аннотация: В данной работе исследовано загрязнение почвы города Бишкек тяжелыми металлами. Из тяжелых металлов (ТМ) были выбраны свинец, ртуть, кадмий, потому что эти тяжелые металлы выбрасываются транспортом, а в городе Бишкек имеются очень много видов транспорта. Исследование проводилось современным атомно- абсорбционным методом с использованием атомно- абсорбционного спектрометра марки ААС-800.

Ключевые слова: экология, тяжелые металлы, предельно допустимая концентрация, атомно - абсорбционный метод.

Аннотация: Берилген иште биз Бишкек шаарынын топурагынын оор металлдар менен булгануусун изилдедик. Оор металлдардан коргошун, сымап, кадмий металлдарын алдык, себеби бул металлдар көбүнчө транспорттордон бөлүнөт, анткени Бишкек шаарында өтө көп ар түрдүү транспорттор кездешет. Изилдөөнү атом- абсорбциялык ыкма менен атом- абсорбциялык спектрометрди, ААС-800 маркасын колдонуп жүргүздүк.

Урунттуу сөздөр: экология, оор металлдар, чектелген концентрация, атом- абсорбциялык ыкма.

Abstract: In this work, we investigated the pollution of the soil in Bishkek with heavy metals. From heavy metals lead, mercury, cadmium were chosen, because these heavy metals are emitted by transport, and in the city of Bishkek there is a lot of transport. The study was carried out by a modern atomic absorption method using an atomic absorption spectrometer, AAS-800 brand.

Keywords: ecology, heavy metals, maximum permissible concentration, atomic absorption method.

В современном мире экология окружающей среды становится все больше глобальной проблемой, так как загрязнения атмосферы, воды и почвы различными химическими веществами приводят к различным заболеваниям человека. По данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), в 2016 году произошло 600000 случаев смерти детей от острых инфекций нижних дыхательных путей, вызванных загрязненным воздухом. [1] В Кыргызстане за 2010- 2015 годы число больных с онкологическими болезнями увеличилось на 23%, а число новорожденных с природными аномалиями (инвалиды) увеличилось на 64%, также было увеличено число женщин с гинекологическими- онкологическими болезнями на 18%. [2]

Более 40% мирового населения, включающего 1 миллиард детей в возрасте до 15 лет, подвергаются воздействию высоких уровней загрязнения воздуха внутри помещений, в основном, в результате приготовления пищи с использованием загрязняющих воздух технологий и видов топлива.[1]

В вышеуказанном докладе также приведено, что ежегодно в мире из за загрязнения воздуха преждевременно умирают около семи миллионов человек.[1] Загрязнение окружающей среды происходит в результате природных явлений (извержение вулканов, землетрясения, пылевые штормы, падающие на Землю метеориты), а также антропогенными факторами (использование твердого топлива, этилированного и метилированного бензина, дизельного топлива, низкое качество дороги, уменьшение зеленых насаждений, лесных массивов, отсутствие экологического знания и культуры у людей и др.)[3]

В данной исследовательской работе нами была поставлена цель исследовать загрязнение почвы города Бишкек некоторыми тяжелыми металлами, а именно свинцом, ртутью, кадмием (Pb, Hg, Cd).

Эти тяжелые металлы в виде различных химических соединений применяются в различных областях производства, также в транспорте. Например, свинец в виде тетраэтилсвинец $(C_2H_5)_4Pb$ и тетраметилсвинец $(C_2H_5)_4Pb$ добавляются в бензин (20%) как антидетонаторы. Свинец

используется при изготовлении аккумуляторных батарей и типографических шрифтов, различных красок (сурик, белила, пигмент желтый хром, также для получения оксида свинца, который применяется в производстве стекла и др. [4] Ртуть тоже ядовитое вещество, встречается при производстве ртутных батарей, пестицидов, ртутных лампочек (в каждой лампочке находится 150мг Hg, это количество загрязняет 500 000 м³ воздуха). При отравлении ртутью человек болеет желудочно- кишечными, сердечно- сосудистым, почечными заболеваниями, также болезнью Альцгеймера.

Кадмий ядовитее чем свинец и при отравлении накапливается в почках образуя камни, вызывает нервное и гипертоническое расстройство, болят кости. ПДК кадмия 1,0 мг/кг, но в почвах Бишкека в некоторых точках эта норма превышает в несколько раз. Из вышесказанного следует, что кадмий, свинец, ртуть больше применяются в автомобилях, значит, где много транспорта там и больше загрязняется почва этими тяжелыми металлами, поэтому для исследования нами была выбрана почва города Бишкек. Исследование проведено атомно- абсорбционным методом с использованием атомно- абсорбционного спектрометра. Атомно- абсорбционный спектральный анализ как инструментальный метод определения химического состава веществ по атомным спектрам поглощения, на сегодняшний день, достиг весьма широкого распространения в аналитической практике. [5] Этот метод позволяет определить около 70 элементов. В основном это металлы: Al, Ba, Be, V, Bi, W, Fe, Ca, Cd, Co, Si, Mg, Mn, Cu, Mo, Ni, Sn, Pb, Ti, Cr и Zn, но возможно применение метода и для определения некоторых неметаллов: As, B, I, Se, Si, и Te. В настоящее время с использованием данного метода можно анализировать такие экологические объекты как природные и сточные воды, почвы, биологические ткани и жидкости, атмосферные выбросы и другие. [6].

Схема работы атомно- абсорбционного спектрометра приведена на рис.1.

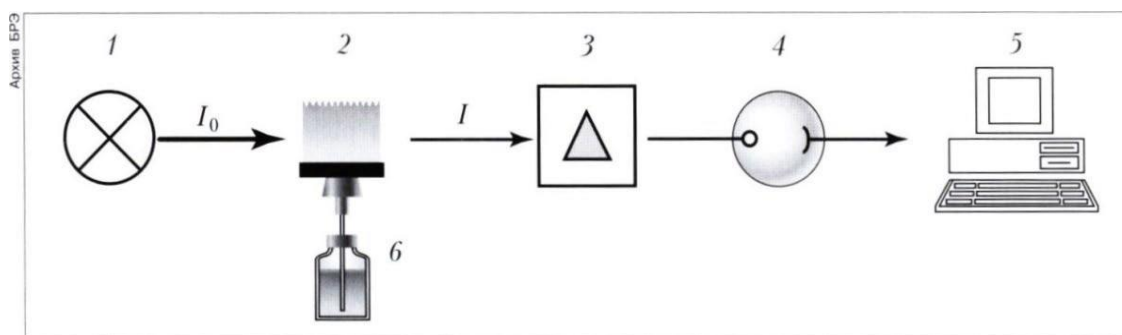


Рис.1. Принципиальная схема установки атомно- абсорбционного спектрометра.

1- источник излучения; 2- атомизатор; 3-монохроматор;4-детектор оптического излучения; 5- система обработки данных; 6- анализируемое вещество.

Проведение анализа:

Для проведения анализа мы использовали в качестве окислителей концентрированную азотную кислоту, перманганата калия. После окисления $KMnO_4$, для разложения органических соединений почвы добавляли 50%ного раствора персульфата калия и каждый раз создавали необходимые условия: (температура, время и концентрацию окисления и разложения). Через 18-20ч охлажденный раствор фильтровали используя “ синюю ленту” предварительно смоченный 4M HCl и осадок промывали бидистиллированной водой и через тот же фильтр переносим в колбу, доведя объем до метки 100см³. Содержимое колбы переносили в барбатер, приливали 5-15см³ 1,5% - ного раствора гидроксилamina до полного обесцвечивания раствора в барбатере, затем приливали 5см³ 10% - ного раствора двухлористого олова, после быстро закрывали барбатер и подключили к прибору. Колбу (барбатер) встряхивали, открыли кран, включили насос и покачивали воздух, который захватывали пары ртути и несет их через осушитель в трубку – аналитическую ячейку анализатора, через которую проходит луч от спектральной ртутной лампы. При поступлении паров начинает отклоняться. Максимальное отклонение стрелки покажет четкое максимальное отклонение величины абсорбции. После окончания работы на приборе систему продувают, удаляя пары ртути. Почвы для анализа были взяты на пересечении улицы Чүй-Бейшеналиева (около Ошского базара) в марте 2020 и в сентябре 2020 года.

В результате исследования мы получили следующие экспериментальные данные, которые приведены в таблице 1 и по этой таблице построили градуировочные графики рис.2;3 и диаграмму

1.

Содержания ТМ в почве города Бишкек (Март- 2020г.), (Сентябрь-2020г.). Таблица 1.

Название элемента	Ед.Измер.	Весна	Осень	ПДК мг/кг
Свинец	мг/кг	6,11	6,41	6
Кадмий	мг/кг	1,0	1,08	1
Ртуть	мг/кг	0,15	0,20	2

Как видно из этой таблицы, весной содержание свинца в почве данной точки почти 2 раза превышают ПДК, содержание ртути не превышает ПДК, содержание кадмия в пределах нормы. Также из этой таблицы видно, что осенью содержание свинца и кадмия чуть увеличены. По нашему мнению, это оттого, что осенью увеличивается поток транспорта, людей и также накопление мусора осенью в этом районе.

По данным таблицы 1 нами были построены градуировочные графики содержания тяжелых металлов в почве города Бишкек (Март-2020г) рис.2.(Сентябрь-2020г.) рис.3. ртути в аналитическую ячейку (трубку) стрелка измерительного прибора



Рис.2. Градуировочный график содержание ТМ в почве города Бишкек (Март- 2020г)

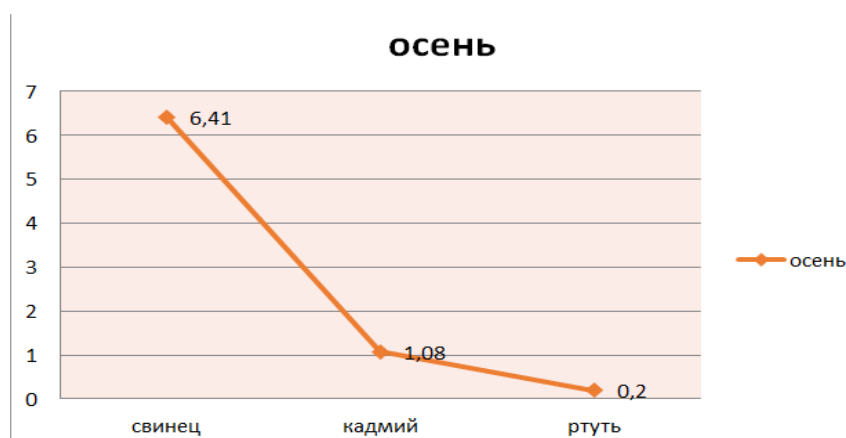


Рис.3. Градуировочный график содержание ТМ в почве города Бишкек (Сентябрь- 2020г)
Объединяя экспериментальные данные химических анализов мы составили диаграмму 1.

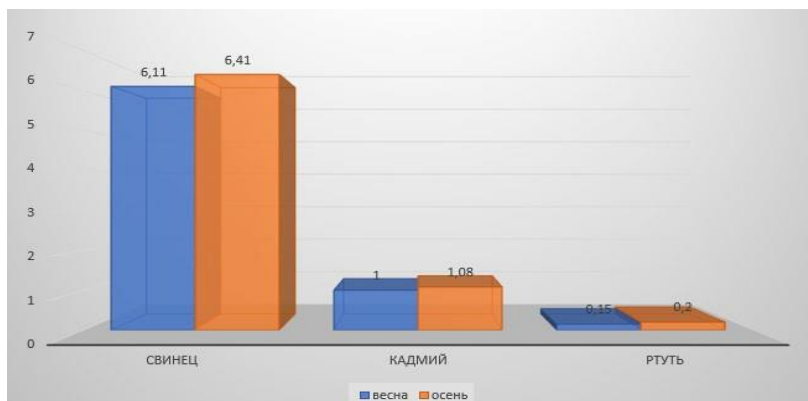


Диаграмма 1. Химический анализ в отобранных пробах почвы города Бишкек.
Из вышеуказанных экспериментальных данных мы сделали следующие выводы.

Выводы:

1. Методом атомно- абсорбционной спектрометрией определены концентрация ТМ в почве города Бишкек(ул.Чуй-Бейшеналиева), Март- 2020г, Сентябрь- 2020г.
2. По данным спектрометрического анализа были составлены таблица, градуировочные графики и диаграмма.
3. Полученные результаты показывают, что в почве ул. Чуй-Бейшеналиева города Бишкек концентрация свинца превышает ПДК 1,2 раза, а концентрация кадмия и ртути содержится в пределах нормы.

Список цитируемых источников:

1. Доклад ВОЗ “ Загрязнения воздуха и здоровье детей: прописываем чистый воздух” 2016г.- 1-3с.
2. Кыргыз Республикасындагы жашыл экономика Концепциясы “Айлана- чөйрөнүн жана элдин ден соолугунун азыркы абалы.” Бишкек, 2020ж.-5- 7с.
3. С.Б. Шустов, А.В. Шустова. Химические основы экологии. Москва, Просвещение 1995г.- 167с
4. С.Б. Бообекова “Айлана-Чөйрөнүн химиялык заттардан булгануусу жана анын кесепеттери” “ Бай Принт басмасы” Бишкек, 2017ж.-161-165с.
5. А.А. Пупышев “ Атомно-абсорбционный спектральный анализ”. — М.: Техносфера, 2009. — 784 с
6. Болтунова А.Д., Смирнова С.В., Солтис В.В. Накопление тяжелых металлов в почвах под влиянием промышленного производства // Современные проблемы науки и образования. – 2017. – № 4.

Рецензент: Сатывалдиев А.С. – доктор химических наук, профессор КГУ им. И. Арабаева.

