

друзьях переводчика», или межъязыковых омонимах, например, *replica* – репродукция, но не реплика; *metropolitan* – столичный, неверным будет вариант *метрополитен*.

Специалист не должен стремиться переводить каждое сказанное оратором слово. Зачастую спикеры не понимают сложности работы переводчика и нагружают свою речь анекдотами, известными только им самим крылатыми выражениями, синонимами и т.д. Обратная сторона такого явления – стремление переводчика чаще использовать опущение. Пропуск прецизионной информации, отсутствие многих элементов и сокращение исходного текста являются ошибками перевода. Во избежание подобных случаев переводчику рекомендуется освоить переводческую семантографию и вероятностное прогнозирование, чтобы передать слушателям информацию, очищенную от постороннего «шума».

А. Волкович

ТЕКСТЫ СМИ НА ТЕМУ МИГРАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

Целью проведенного исследования было выявить лексико-семантические специфику и особенности перевода англоязычных статей на тему «Миграционная политика в Европе», отобранных из англоязычного печатного медиадискурса.

Массмедийный дискурс направлен на производство и трансляцию социально значимых событий, одним из которых в наши дни является миграционная политика в разных странах. Результаты исследования показали, что для обозначения мигранта в англоязычных СМИ используются такие слова и словосочетания, как *migrant*, *newcomer*, *those seeking refugee status*, *asylum seeker*, а также этнонимы *Syrian*, *Americans*, *Iraqi*. Для выражения национальной самобытности могут употребляться слова и выражения, которые отражают характерные особенности страны или региона: *hijab*, *islam*, *burkini*, *muslim*.

Для текстов данной тематики характерна окрашенность – спокойная и нейтральная или агрессивная и негативная: *Britain has a moral responsibility to help refugees as we have done throughout our history. But in doing so we must use our head and our heart by pursuing a comprehensive approach that tackles the causes of the problem as well of the consequences* (Официальный сайт правительства Великобритании). В речи политиков зачастую содержится информация о возрастно-половом и семейном составе беженцев, выезжающих за пределы страны: *I have been watching this migration. There were mostly men, and they are strong men. They look like prime-time soldiers. Now, it's probably not true, but where are the women? You see some women. You see some children. But for the most part, I'm seeking at these strong men* (Официальный сайт On the issue). В своей речи выступающие зачастую сравнивают свою политику с политикой других стран и подкрепляют ее историческими фактами: *No European country has done more than Britain in this regard. Now we have accepted we have already accepted 5000 immigrants* (Официальный сайт правительства Великобритании).

В массовых медийных текстах на тему миграционной политики экспертами производится нейтральная оценка экономической и политической ситуации. Материалам такого типа свойственны логичность и объективность изложения, информационная насыщенность и смысловая точность, использование речевых оборотов, аллегорий, метафор. Такие выступления готовятся заранее и написаны специалистами. Именно поэтому переводчику нужно быть осторожным при передаче коннотативных значений. Необходимо использовать различные языковые средства, чтобы дать нейтральную оценку в конкретной политической ситуации. Это значит, что перевод напрямую зависит от прагматической установки текста.

B. Garabayev

LINGUISTIC IDENTITY

A famous American psychologist A. Maslow sees a man like the existence of the internal nature, which is almost independent of the outside world and which has the original premise of any psychology and life in harmony with nature is treated as an internal reason for mental health. From his point of view being an identity is a movement towards the ideal. Identity must be viewed in people's culture, tradition, perspectives and ethnos. Categories of culture are space, time, fate, right, wealth, work, conscience, death and etc. They all form the linguistic identity.

The first referral to the linguistic identity is associated with the name of a foreign scholar I. Beygerberg. In the Russian language linguistics V. V. Vinogradov was the first who developed the two ways of learning the linguistic identity – the identity of the author and the identity of the character. A. A. Leontiev wrote about a talking identity.

The very concept of linguistic identity began to develop by G. I. Bogin, he developed a module of the linguistic identity, from his point of view each man sees it in the willingness to produce speech acts, create and accept works of speech. Yu. N. Karaulov first introduced this concept into the wide scientific use, which considers that linguistic identity is a man, which has an ability to create and perceive texts, differing in:

- “a) the degree of structure-language complexity;
- b) the depth and accuracy of the defrosting effect;
- c) by a definite intent.”

Yu. N. Karaulov developed a level model of linguistic identity based on artistic text. In his opinion linguistic identity has 3 structure levels. The first level is a *verbal-semantic* (semantic-built, invariant) that reflects the degree of ownership of a common language. The second is *cognitive* where actualization and identification of relevant knowledge are based on presentations, social society (linguistic identity) and creating collective and (or) individual cognitive space. This level shows a reflection of the linguistic model of the world of identity, its thesaurus, culture. And the third- high level is *pragmatic*. It includes the identification and characterization of motivations and targets driven by the development of linguistic identity.