

Реалии относятся к словам, представляющим особую трудность для понимания иноязычным реципиентом при использовании переводчиком, волонтером, организатором туристической деятельности. Назрела необходимость разработки специальных белорусско-английских справочников по туристической деятельности, включающих разработку и составление глоссариев по тематическому признаку. Белорусские реалии выражают национальную специфику быта белорусского народа, его менталитет, самобытность, традиции, особенности мировосприятия и систему ценностей. Главная роль при выборе стратегии передачи белорусских реалий отводится прагматическому фактору, а именно степени знакомства зарубежного посетителя с чужой культурой. При анализе способов передачи белорусских реалий на английский язык необходимо учитывать, что белорусские реалии имеют несколько вариантов наименований: официально-деловой, нейтральный и разговорный: *Каложская царква святых Барыса і Глеба, Каложская Барысаглебская царква, Каложжа*. Встречаются полные и сокращенные варианты наименований: *Парк культуры і адпачынку імя Чалюскінцаў* и *Парк Чалюскінцаў*. Возможно использование и нескольких равнозначных вариантов реалий, представленных по-иному: *Мінскія вароты, Вароты Мінска* и *Вароты горада*. Имена собственные, входящие в состав реалий, могут передаваться транслитерацией, транскрипцией, традиционным способом и прямым графическим переносом. Наиболее частотный способ – транслитерация: *Brest, Lida, Minsk, Mir*. Автор названного источника прибегал к ряду стратегий передачи реалий, а именно: калькирование, функциональный аналог, генерализация, описание, толкование, примечания автора, опущение, добавление. Использование комментария: *Мірскі замак ‘Mir fortress, the castle (still known today as the medieval tower)’*. Самым частотным способом является калькирование – 70 % случаев передачи белорусских реалий на английский язык. Просматривается также тенденция использования автором путеводителя нескольких вариантов передачи одних и тех же реалий, включая параллельные варианты, что связано с прагматическим фактором представления реалий на английском языке.

В. Власова

ОСОБЕННОСТИ ВЫРАЖЕНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В КИНОДИАЛОГАХ ПРИ ПЕРЕВОДЕ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА (на примере телесериала «Друзья»)

Комический эффект в кинодиалогах достигается при помощи определенных стилистических приемов, таких как игра слов, сленг, сарказм, парадокс, повторы, неологизмы, окказионализмы и т.п. Особую трудность представляет восприятие и переработка информации культуры исходного языка (ИЯ) и передачи ее на язык перевода (ПЯ). В кинопереводе необходимо учитывать связь изображения и текстового материала. Зачастую изображение и звуковая дорожка содержат социальные и культурные аллюзии, интертекстуальность и метафоры, понятные зрителям языка оригинала, но не иных культур.

Как показал анализ перевода сериала «Друзья» на русский язык, выполненного «True Dubbing Studio» для телеканала «Paramount Comedy» в 2016 году, а также перевода на испанский язык, осуществленного Дэррилом Кларком, переводчики используют различные приемы для достижения адекватности и эквивалентности перевода. Например, в 25 эпизоде 6 сезона Джо приобрел лодку и зашел в костюме капитана в кафе, в ответ Рейчел пошутила: *You know, who was looking for you? Tennille*. Данная шутка основана на упоминании американского дуэта 70-х годов Captain & Tennille. Солист Дарил Драгон «Капитан» всегда носил шляпу капитана, поэтому здесь использовалось данное выражение, что его супруга Тони Теннил ищет его.

Однако дуэт не был широко известен в Европе, поэтому данная реалия была заменена на известного персонажа арабских сказок, капитана «Синдбада» (*Но знаешь, кто тебя искал? Синдбад*), а в испанском же варианте использовалась отсылка на известного персонажа мультфильмов моряка Попайа (*Pero ¿sabes quién ha venido por aquí buscándote? Ehmm, Popeye*).

Иногда замена реалии является невозможной, и переводчик для достижения адекватности прибегает к использованию других стратегий перевода. Например, при описании своих способностей Росс использовал сравнение с известным американским писателем, мастером повествования, Джеймсом Миченером (*I was the James Michener of dirty talk. I mean, there were characters, plot lines, themes, a motif... at one point there were villagers*). В русском переводе использовался описательный перевод (**Я был великолепен. Я был дерзок и непристойен. Целая поэма, персонажи, интрига, сплетение сюжетных линий... в какой-то момент даже массовка**), в то время как в испанском использовалась замена реалий. Ссылка на имя автора опускается, используется более известный и международный герой – Супермен – для обозначения превосходства и власти над всеми (*Fui el Superman de las guarradas. En fin, inventé personajes, argumentos, temas, un lay-motive... incluso tuvimos público*).

Таким образом, стратегии для передачи комического эффекта с языка оригинала на язык перевода предполагают учет национально-культурных реалий в языке перевода и исходном языке.

К. Вознюк

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ В УСТНОМ ПЕРЕВОДЕ

Ошибки различного характера можно встретить в работах многих переводчиков. И если сравнить частотность их появления в письменном и устном переводе, то в последнем их количество возрастает в разы. Это связано с рядом факторов: нехватка времени на размышление, особенности речи оратора (слишком быстрый темп, речевые нарушения), незнание темы или возникновение новых терминов, перегруженность текста прецизионной информацией и т.п.

В устном, как и в письменном переводе, могут возникать лексические ошибки, то есть неверный выбор значения переводимого слова: *Dear Secretary-General, distinguished delegates, ladies and gentlemen* ‘Дорогой Генеральный Секретарь, уважаемые делегаты, леди и джентльмены’. Правильно: ‘Уважаемый Генеральный Секретарь, делегаты, дамы и господа’.