

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 (*¿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 непристоен. 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’.

Нередко можно наблюдать нарушение грамматических правил, например: *познакомился с козырями вашего региона* (правильно: *с приоритетами*), или стилей речи переводимых материалов, к примеру, в переводе научного текста часто используются фразеологизмы, образность. Нельзя не упомянуть о так называемых ложных друзьях переводчика, или межъязыковых омонимах: *replica* – ‘репродукция’, но не ‘реплика’; *metropolitan* – ‘столичный’, неверным будет вариант ‘метрополитен’.

Помимо вышеперечисленного, существует ряд упущений, которые, в силу особенностей перевода, чаще допускают устные переводчики. Самым распространенным из них является перевод от третьего лица (*оратор предполагает, что...*), что в переводе недопустимо. Переводчикам-синхронистам присуща особенность употребления слов-паразитов, таким образом, появляется несколько дополнительных секунд для подбора более удачного варианта. Слишком частое использование *как бы, в целом, well, so* негативно влияют на общее впечатление. Другой стороной такой ошибки является подбор слов уже вслух – появляются лишние синонимы, однородные члены предложения, грамматические конструкции, которые перегружают речь и увеличивают отставание от оратора. Еще одним табу в переводе является комментирование сказанного. Переводчик не должен высказывать свое мнение, даже если говорящий в корне не прав. Из-за нехватки времени прецизионная информация может опускаться, чего происходить не должно.

При этом не нужно стремиться переводить каждое слово оратора. Зачастую докладчики не понимают сложности работы переводчика и нагружают свою речь анекдотами, известными только им самим крылатыми выражениями, синонимами и т.п. В этом случае главной задачей переводчика становится предоставление слушателям информации, очищенной от постороннего «шума».

## **В. Гаврик**

### **ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ СЛОГАНОВ**

Предметом исследования являются языковые особенности гастрономических слоганов на английском языке. Тема данной работы является актуальной, поскольку одно из важнейших мест в ней занимает коммуникация, имеющая отношение к пище, ее свойствам, процессу питания, способам приготовления и употребления.

Рекламные тексты гастрономической тематики, в том числе и слоганы, обладают целым рядом отличительных характеристик, проявляющихся в названии блюд, кухнях народов мира, традициях и обычаях поведения за столом.

Для создания образности используется большое число средств выразительности и воздействия. Методом сплошной выборки было отобрано и проанализировано 228 гастрономических слоганов из 37 американских кулинарных журналов.