

русскоязычной аудитории маркетологи выбрали близкий данному потребителю образ бабушки в деревне.

Таким образом, локализация рекламы – важная составляющая успеха компании. При переводе рекламного текста обязательно нужно учитывать традиционные, национальные и социальные особенности, стереотипы поведения конкретной аудитории.

С. Капоченя

ПЕРЕВОД ЭКЗОТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Правильный выбор слова для полной передачи значения заимствованного слова является одной из наиболее сложных задач перевода.

Транслитерация как способ перевода не дает возможности раскрыть само значение слова. Метод транскрипции применяется в том случае, когда есть потребность перевести текст с наименованиями имен собственных: *As members may know, history has recorded and will always remind us that Ethiopia – or Abyssinia or Al-Habasha – is often described as the haven of the first migration, or hegira* – ‘Члены Ассамблеи, вероятно, знают, что исторические документы свидетельствуют и всегда будут напоминать нам о том, что Эфиопия, или Абиссиния, или аль-Хабаша, была известна как место, где нашли приют представители первой миграции, или хегирь’.

Калькирование как способ перевода безэквивалентной единицы может использоваться лишь тогда, когда слово имеет прозрачную словообразовательную структуру и внутреннюю форму, например: *I wish I could go to the store and buy goods that aren't Chinkie garbage* – ‘Я хотел бы пойти в магазин и купить хорошие вещи, а не китайское барахло’.

Описательный перевод, несмотря на его эффективность, зачастую оказывается крайне громоздким и неэкономным, к примеру: *I'm thinking here, for example, of customs like ancestral worship, of a very distinctive notion of the state, likewise, a very distinctive notion of the family, social relationships like guanxi, Confucian values and so on* – ‘Я думаю, например, о традициях, таких как родовое поклонение, об отчетливом понимании того, что есть государство, и об отчетливом понимании того, что есть семья, таких социальных отношениях, как служебное покровительство своим друзьям или родственникам, конфуцианских ценностях и т.п.’.

Переводчику необходимо учитывать стилистические аспекты транскодирования. Для описательного текста характерно большое количество прилагательных и причастий, поэтому следует обратить внимание на подбор верных эквивалентов, ведь в текстах художественной литературы оценивают богатство и мастерство слова: *And its medina, wrapped within ancient ramparts, will suck you into its labyrinth of alleyways, bedazzle your senses and then spit you out* – ‘А его медина, укутанная в древних стенах старого города, затащила бы вас в лабиринт переулков, ослепила бы ваши чувства, а затем выплюнула обратно’.

Для достижения эквивалентности при переводе такой лексики переводчик учитывает не только отдельные элементы культуры, но и ее специфические особенности и способы их представления в межкультурной коммуникации.