

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Минский государственный лингвистический университет

М А Т Е Р И А Л Ы
ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА

15–16 апреля 2021 года

В четырех частях

Часть вторая

Минск МГЛУ
2021

УДК 800
ББК 81.2
М34

Редакционная коллегия: Л. А. Тарасевич (*ответственный редактор*), Е. И. Будникова (*зам. ответственного редактора*), А. А. Биюмена, Т. И. Голикова, Е. М. Дубровченко, Т. В. Еромейчик, О. В. Железнякова, Т. Ф. Иванова, Е. Г. Карапетова, В. Г. Минина, Н. П. Науменко, В. С. Плютов, Т. И. Свистун, Д. Н. Шаповаленко

М34 **Материалы** ежегодной научной конференции студентов и магистрантов университета, 15–16 апр. 2021 г. : в 4 ч. Ч. 2 / отв. ред. Л. А. Тарасевич [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2021. – 218 с.

ISBN 978-985-28-0066-2 (Ч. 2)
ISBN 978-985-28-0064-8

Вторая часть сборника содержит материалы работы секций конференции по направлениям «Проблемы общего и сопоставительного языкознания», «Лингвострановедение», «Проблемы межкультурной коммуникации», «Перевод и обучение переводу», а также круглых столов «Проблемы перевода с немецкого и французского языков», «Технологии общения в PR-деятельности».

УДК 800
ББК 81.2

ISBN 978-985-28-0066-2 (Ч. 2)
ISBN 978-985-28-0064-8

© УО «Минский государственный лингвистический университет», 2021

ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕГО И СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ

В. Баграёнок

МЕТАКОММУНИКАТИВНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ ОЦЕНОЧНОГО ХАРАКТЕРА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕБАТАХ

К числу актуальных и важных объектов исследования в современной политической лингвистике относится метакоммуникативная организация политического диалога, реализуемая в первую очередь при помощи специальных метакоммуникативных высказываний, или метакоммуникативных ходов (далее МКХ). МКХ могут анализироваться с различных позиций (структурных, функциональных, иллокутивных и т.д.), в том числе и с точки зрения такого признака, как оценочный или безоценочный характер. Обратившись к этому аспекту, мы рассмотрели 2662 МКХ, отобранные из американских политических дебатов.

Как показал анализ, соотношение оценочных и безоценочных МКХ существенно различается в субдискурсах модератора, с одной стороны, и участников дебатов – с другой. Так, МКХ в субдискурсе модератора носят преимущественно безоценочный характер (на долю оценочных МКХ приходится всего 11,33 % от общего числа МКХ), что вполне закономерно: основная роль модератора заключается в организации и формальном регулировании процесса коммуникативного взаимодействия. При этом в речевых партиях участников дебатов оценочные МКХ отличаются значительно более высокой употребительностью (на их долю приходится 53 % от общего количества МКХ) и очевидным семантико-прагматическим разнообразием. С учетом таких характеристик, как направленность на собственную речевую деятельность или речевую деятельность собеседника или третьего лица, а также аксиологический знак («+» или «-»), во всей совокупности оценочных МКХ могут быть выделены метакоммуникативы четырех видов: позитивно-оценочные рефлексивные, позитивнооценочные нерефлексивные, негативно-оценочные рефлексивные и негативнооценочные нерефлексивные. В исследованном материале доминирующей в количественном отношении разновидностью оказались нерефлексивные негативнооценочные МКХ (*Will he just shush for a minute*), что объясняется агональностью политической коммуникации в целом и подчеркнутой конфронтационностью речевого поведения оппонентов в жанре дебатов. Далее следуют позитивнооценочные рефлексивные МКХ (*Speaking honestly with you*), что также согласуется с общими тенденциями стратегической организации политического дискурса, в котором важную роль играет стратегия позитивной самопрезентации. Кроме того, важным аспектом анализа выступает определение основных функциональ-

ных разновидностей МКХ и их количественной представленности. Наиболее высокой употребительностью отличаются МКХ, направленные на качественные характеристики коммуникации (25 %), МКХ, регулирующие мену коммуникативных ролей (17 %) и тему (15 %), что подчеркивает значимость для политического диалога таких характеристик, как искренность говорящего и истинность и релевантность информации.

Е. Базылева

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ОЦЕНКА
В МЕЖЛИЧНОСТНОМ РЕЧЕВОМ КОНФЛИКТЕ
(на материале английского и русского языков)**

Ведущим средством реализации конфронтационных интенций в ситуации речевого конфликта традиционно считаются негативнооценочные языковые единицы. При этом лексемы, манифестирующие различные типы частнооценочных значений (а именно интеллектуальную, нормативную, эмоциональную, этическую и иные виды оценки), играют в речевых конфликтах разную роль, что обуславливает целесообразность дифференцированного рассмотрения соответствующих оценочных единиц. В настоящей работе объектом анализа послужили лексические единицы со значением негативной интеллектуальной оценки в англо- и русскоязычных межличностных конфликтах.

Необходимо отметить, что использование лексем со значением негативной интеллектуальной оценки (ср. рус. *дурак/дура, глупый/глупая, идиот/идиотка, придурок, debil/дебилка, тупица* и др. – англ. *stupid, idiot, bird-brain, moron, imbecile, unintelligent, foolish, narrow-minded, silly* и др.) далеко не всегда носит конфликтогенный характер. Так, в случае, если объектом оценки оказывается сам говорящий, то высказывание обычно реализует прагматические смыслы раскаяния, признания совершенной ошибки, осознания заблуждения и под., что не предполагает порождения либо интенсификации конфликтного взаимодействия. Кроме того, возможно контекстуальное «погашение» конфликтогенного потенциала подобных единиц. При этом некоторые из них легко инкорпорируются в речевые акты утешения, выражения сочувствия и под. (для русского языка особенно это характерно для диминутивных дериватов рассматриваемых лексем), в силу чего их использование в ситуациях речевого конфликта оказывается органичным на этапе его нейтрализации.

В то же время в большинстве случаев рассматриваемые единицы используются коммуникантами в качестве конфликтогенов, причем степень их конфликтогенности зависит от ряда факторов, наиболее существенными из которых являются:

- семантические характеристики конкретной лексики, в частности интенсивность выражаемой оценки (ср. единицы типа *дурак* и *дебил*, *stupid* и *imbecile*);
- контекстуальное окружение лексики (в первую очередь, наличие в высказывании интенсификаторов (деинтенсификаторов), а также других конфликтогенных единиц);
- иллокутивная функция высказывания (например, конфликтогенный потенциал негативнооценочных единиц в составе прескриптивов выше, чем в составе суггестивов или экспрессивов);
- локализация в иницирующих и / или реактивных репликах диалога (ср., в частности, феномен «отзеркаливания» негативнооценочных единиц, обычно повышающего степень их конфликтогенности).

Н. Гуринович

ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ГЕНЕРАЛИЗУЮЩИХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ В ОБЫДЕННО-РАЗГОВОРНОМ ДИАЛОГЕ

Как известно, к числу ключевых характеристик обыденно-разговорного диалога относятся его относительно спонтанный характер, ситуативность, контекстуальность, эмоционально-экспрессивная окрашенность, существенная роль невербального канала коммуникации и под. В силу значимости названных характеристик в разговорном диалоге достаточно широко распространен феномен прагматической полифункциональности некоторых типов высказываний. Этот феномен характерен и для такого класса высказываний, как генерализующие (или, в другой терминологии, мультиплицирующие) высказывания, которые относительно спонтанно порождаются в разговорной речи и представляют собой результат субъективного и / или ситуативного обобщения (ср. высказывания типа *Вечно ты опаздываешь*; *Никогда у вас порядка в бумагах нет*; *Все вы только о деньгах и думаете* и под.).

Как показал анализ 100 генерализующих высказываний, отобранных из Национального корпуса русского языка, они отличаются как семантико-синтаксическим разнообразием, так и широким диапазоном прагматических функций.

Так, различные виды генерализующих высказываний, выделяемые с опорой на такой признак, как компонент структуры, который подвергается обобщению, заметно отличаются по употребительности: наиболее частотными являются высказывания с темпоральным (40 %) и субъектным (28 %) обобщением; значительно менее широко представлены высказывания с обобщением объекта (около 12 %); кроме того, в обыденно-разговорном диалоге нередко встречаются комбинированные варианты.

Прагматические функции, реализуемые подобными высказываниями, могут колебаться в достаточно широких пределах от максимально кооперативных (утешение, выражение сочувствия, поддержки) до максимально некооперативных (негативная оценка собеседника, упрек, выражение недоверия); возможны и нейтральные варианты (аргументация; позитивная самопрезентация говорящего).

Между разновидностью обобщения и прагматической функцией высказывания наблюдаются определенные корреляции, не имеющие жесткого характера: если утешение, как правило, реализуется при помощи высказываний с субъектной генерализацией, а позитивная самопрезентация – при помощи высказываний с объектным обобщением, то для аргументирующих высказываний возможно и темпоральное, и субъектное, и объектное обобщение.

Е. Павлючкова

ЛИТАНИЯ И ЕЕ ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ СТАТУС

Несмотря на определенную традицию изучения феномена *литании*, начало которой было положено благодаря исследованиям Н. Рис, его лингвопрагматический статус остается неоднозначным.

Как правило, литанию определяют как жанр, конституируемый речевым актом жалобы. Это мнение вполне справедливо по отношению к институциональной разновидности жалобы, которая отличается однозначной и эксплицитной адресованностью, обязательностью директивного компонента, а также устойчивой структурой и композицией, в силу чего она может интерпретироваться как цельнооформленное в структурно-смысловом отношении произведение, т.е. как типичный речевой жанр.

В то же время в обиходно-бытовом общении жалобы и сетования отличаются, во-первых, выраженной вариативностью иллокутивной структуры (иллокутивная структура бытовых литаний может включать, кроме просьбы о помощи, просьбу утешить, поддержать, самооправдание и даже самопохвальбу), а во-вторых, отсутствием жесткой композиционной организации: литания может представлять собой а) отдельное высказывание, б) серию высказываний в речевой партии одного из участников диалога; в) относительно цельный монологический фрагмент, г) диалог, в котором литанический характер имеют партии обоих (или нескольких) участников и т.д. Названные особенности обиходно-бытовой литании позволяют интерпретировать ее не столько как речевой жанр, сколько как тематическую разновидность персонального дискурса, конституируемую неинституциональной разновидностью речевого акта жалобы и имеющую относительно свободное композиционное воплощение.

Персональный дискурс (в концепции В. И. Карасика) включает в себя бытовую и бытийную разновидности, которые в литаническом дискурсе могут быть реализованы в различном соотношении. Наш анализ 120 фрагментов литанического дискурса на русском и английском языках позволяет выделить следующие особенности литании как персонального дискурса.

1. В обиходно-бытовом общении представлены литании бытового, бытийного и смешанного характера (в последних может преобладать бытовой либо бытийный компонент); при этом тематика литаний существенного воздействия на локализацию дискурса в зоне бытовой или бытийной разновидности не оказывает.

2. Для литаний смешанного типа характерно развитие от бытовой разновидности к бытийной; противоположное направление развития также возможно, хотя и менее вероятно; в некоторых случаях наблюдается осциллирующее развитие литании, предполагающее попеременную актуализацию бытового и бытийного компонентов.

П. Богданович

THE INTERFACE BETWEEN BREXIT AND GIBRALTAR STATUS: FUTURE PROSPECTS

In recent years the process of Brexit was taking place. It lasted from 2016 up to 2020. January 31, 2020, was the last day of the UK's stay in the EU. Nevertheless, this date did not mark utter dissolution in the relations between the parties. It was reported that the format of the economic relation would not change until December 31, 2020. On this day, it was announced that the United Kingdom and the Kingdom of Spain reached a preliminary agreement on the status of Gibraltar. It is widely known that there is territorial dispute between Madrid and London over this semi-enclave. However, what are the reasons for complicated relations between these two countries on the Gibraltar question? What future prospects are there for Gibraltar itself?

Gibraltar is a British Overseas Territory that is not part of the UK, but under its sovereignty. It is a significant place that connects the Mediterranean Sea and the Atlantic Ocean. The one who controls Gibraltar gets the opportunity to completely or partially block the transit of ships through the Strait of Gibraltar. The British military base is placed there as well. And not only is the geopolitical aspect relevant. Gibraltar is a special economic zone with preferential taxation. Due to the offshore status of this territory, VAT is not charged here. More than two dozen large gaming firms, bookmakers, banks, and various companies are registered in Gibraltar.

According to the Treaty of Utrecht following the War of the Spanish Succession, in 1713 Spain ceded this territory to Great Britain. In 1968, the UK thwarted Spain's attempts to return Gibraltar, having adopted a new constitution for this territory. In response, Spain was keeping the border with Gibraltar closed from 1969 to 1985. During these years, the local residents were suffering from unemployment and high prices for goods, since everything had to be delivered from the UK.

Changes in the relations between Great Britain and the EU, made the problem of Gibraltar urgent again. The semi-enclave became a hostage of the situation, as it is closely intervened both with the EU and with the UK. The Gibraltarians themselves would like to remain part of the European Union while retaining British citizenship. Eventually, on December 31, 2020, it was reported that Spain and the UK have agreed on the Gibraltar issue. The agreement was reached following many hours of negotiations between Arancia Gonzalez Laya, the head of the Spanish Foreign Ministry and her British counterpart Dominique Raab. Due to this agreement, it will be possible to apply the EU policies and programs to Gibraltar, for example, the Schengen Agreement and the customs regime, while Gibraltar remains a British Overseas Territory.

Experts announce that this agreement will have a positive impact not only on Gibraltar itself. Gibraltar's chief minister says it will be good for the entire region, will boost the economy of this territory. It is necessary to add that the ultimate control of the borders will be in hands of Gibraltarians as well. Thus, this issue is being settled in favour of Gibraltar; there are varieties of prospects for future.

И. Гончарова

AMERICA'S EATING HABITS: CHANGES TO THE WORSE

In the past two decades critical importance of good nutrition has been recognized and redefined. The quality of nutrition directly affects the health of the nation and the demographic situation as a whole, and is taken into account as a basic element of the country's national security. According to the US Bureau of Population Research, more than half of all deaths are attributed to poor diet and lifestyle in general. The analysis of statistical materials describing the diet of Americans shows the necessity to solve the problems of nutrition and its quality control.

The latest national surveys on weight denote that more than 68 percent of all Americans are considered overweight or obese, according to the Centers for Disease Control and Prevention. It immediately follows that they have a body mass index greater than 25 which is a disease risk indicator; as BMI grows, so does the risk of various diseases such as diabetes, heart diseases, and cancer. As a result, life expectancy of the Americans is predicted to decline in the coming years.

The conducted studies have shown that there are following bad effects of American diet: weight gaining, impaired cardiac, diabetes, stroke, cancers, and osteoporosis. Moreover these maladies are connected to other problems such as loss of independence. And far from every American realize that a poor diet is a major contributor to disabilities.

In order to improve the situation dietary guidelines aimed at the avoidance of deficiency diseases are created. Moreover special committees such as The Committee on Dietary Guidelines Implementation exist and convene to solve urgent matters connected with nutrition. The committee believes that the United States should adopt a single set of dietary recommendations and promote it. If there is one publicly available set of recommendations it should reduce confusion and provide people with a common focus for their activities.

So in order to solve the problem with American diet the following measures were taken: appropriate environments are created to make it easier to follow the recommendations (legislative, regulatory, commercial, and educational); healthy foods are being made more available; already existing food is being changed (fat and sugar content is reduced; products are enriched with vitamins and nutrients; components causing bad effect on health are being replaced by harmless ones); product labeling gets more complete and interpretable to provide people with accurate necessary information moreover there are special tags indicating a good

nutrition; vending machines are filled with food of higher quality and they now contain healthy options; the exposure to formal and informal nutrition education is broaden.

We can make an observation and reach the conclusion that people are getting more concerned about their physical wellbeing since the demand for healthy food is increasing. This is triggered by educational programs and by high level of medical care which enhances people's awareness about the state of the organism. Thereby the necessary steps to fight bad nutrition can be made in good time.

А. Дудик

THE RELATIONSHIPS BETWEEN ELIZABETH I AND MARY QUEEN OF SCOTLAND IN LETTERS

The only source of communication at that time were letters, they remain to this day historians' most insightful and informative sources and evidences of the quarter century-long rivalry between the two queens, as they show how Mary and Elizabeth's relationship changed over time. They reveal fascinating insights into the two cousins and rivals' personalities, and above all else, their fundamentally different approaches to their positions as two queens, living on the same isle with a claim to the same throne. The manner of writing reflects the profoundly different and evolving approaches these two women employed in communicating to each other over time and in seeking to control the circumstances in which they found themselves.

We can find several shifts in their relationships. The first shift was based on the first Mary and Elizabeth's confrontation. After the death of Mary's first husband, she returned to Scotland with the same claim to the English throne, as these two queens shared a common ancestor: Mary's father's mother was Margaret Tudor, she was a daughter to Henry VII, and Mary Queen of Scots was the grand-grand-daughter to Henry VII. Elizabeth I was grand-daughter to Henry VII, and her father was the youngest son of Henry VII. Mary 'claimed' the English crown based on the fact that she was catholic and since the Catholic Church did not recognize Henry VIII's divorce, Elizabeth was considered illegitimate. Mary's rights alarmed Elizabeth. Mary responded with her first known letter to the English ambassador: *I trust the wind will be so favorable that I shall not need to come on the coast of England; for if I do, The Queen your mistress shall have me in her hands to do her will of me.* By the early 1560's we can see the second shift. Both queens were now writing in "affectionate" terms to each other. Mary seems to be the more emotional partner in their letters. Elizabeth speaks plainly to Mary as her equal, as a fellow Queen and a relation in blood, on an emotional level. She signed herself *a dear sister and faithful friend*. Her unusual emotional words, full of solidarity for Mary, contain heartfelt advice to defend her honor and distance herself from Bothwell, the man who killed Mary's second husband. Elizabeth wrote a letter, warning Mary that her actions had threatened the future of her reign.

By marrying the man suspected of murder, Mary showed a fatal indifference to public opinion. The third shift took place after the collapse of Mary's reign. The captured Mary was led through the streets of Edinburgh. Elizabeth sent a letter and talked of sending an army to relieve Mary. In fact, besides offering written encouragement to Mary, she did nothing. Mary was imprisoned on Elizabeth's orders in Lock Leven Castle. Mary wrote a flurry of letters to Elizabeth, but Elizabeth responded coolly. 1568 marks yet another major shift in writing style and tone: Elizabeth's refusal to visit Mary. These letters, extremely unconventional in their phrasing, betrayed how out of touch Mary was with the political reality of her situation and how far she had gone in disregard of her duty as a sovereign and the mother of the future monarch.

Е. Дюшко

TENDENCIES FOR SCOTTISH INDEPENDENCE: PROS AND CONS

Scottish independence is a key issue in the Scottish parliament elections taking place on May 6, 2021. The Scottish National Party (SNP) has placed the issue at the center of its campaign. The party argues Westminster should accept a pro-independence majority as a valid mandate for a second independence referendum.

Scottish voters were first asked whether they wanted Scotland to become an independent country in a referendum in September 2014: the result was 55 % to 45 % against. The issue of independence has been put back onto the agenda by Brexit – Scotland voted 62 % to 38 % in favor of Remain in the EU referendum – and particularly once it became apparent that the UK government planned to take the UK out of the EU single market and customs union.

Scottish politicians have long claimed that their territory's resources have been used to benefit England more than the people of Scotland, and that Scotland has had too little say in its own governance. A vote for independence would put those arguments to rest. Scotland creates a large part of the UK's revenue. Most of the money, however, is siphoned off to Westminster and does not come back to the people who generated it in the first place. An independent Scotland would be able to use 100 % of the oil and gas revenue it creates.

Advocates of Scottish independence say that oil and gas revenue will make Scotland a very rich country and provide more than enough money to finance independence. If Scotland became independent all the British forces would have to leave, including the nuclear Trident submarines stationed on the Scottish coast. Thus, Scotland would have the chance to create a nuclear-free state and divert the funds used for the upkeep of a nuclear fleet to areas like housing, education etc.

Scotland has the highest potential in Europe to tap tidal and wave power. However, the UK government has chosen not to follow the EU's goals for renewable energies but focuses on nuclear and gas-fired power stations instead. Therefore, an independent Scotland would quickly become a new member of the EU and might even be allowed to join the Eurozone. Remaining in the UK would

mean Scotland would have to share the government's anti-EU policies although the country does not agree with them. An independent Scotland would have to decide on a lot of currency-related issues – keep the Pound in a currency union, or introduce the Euro? Whatever the decision, Scotland will not be able to decide alone. Either alternative might be vetoed by the UK or the EU.

Tendencies for Scottish independence are diverse, many people believe that going independent would spark off a renaissance of Scottish culture and self-confidence along with an increased international standing and global influence, but it is still a question of whether Scotland can get independence.

Т. Жигарь

CANADIAN QUEBEC: THE WAYS TO INDEPENDENCE

Typically by independence of a country we understand a distinct group of people living in a specific region, similar in terms of race, ethnicity, culture or any other significant factor binding them together. Many countries seek independence, but sometimes people within one country want to have some more autonomy. For example, in Canada there is the Quebec sovereignty movement, aimed at either attaining independent statehood or some degree of greater political autonomy. What are the arguments supporting many Quebecers' wish for sovereignty?

Quebec's pro-sovereignty movement is based on the need to defend the French language and promote Quebec culture. The assimilation of French-speakers living outside Quebec has reached alarming proportions. In Quebec, in theory, the Canadian government promotes countrywide bilingualism, while in practice, this leads to almost total English unilingualism outside Quebec and relative bilingualism in Quebec. Moreover, the immigrant assimilation rate is lower in Quebec than anywhere else in Canada, and this works to the advantage of the English-speaking community. French is Quebec's official language. Still, some people regard the measures taken to protect French as excessive and systematically fight against it with the aid of the Canadian government.

The referendum of 1980 was to conclude a process of national affirmation that had begun in the 1960s and resulted in defeat for the sovereignists, who won 40 % of the vote, as opposed to 60 % for the supporters of federalism. The results of the referendum of 1995 were 50,6 % for the “no” side and 49.4 % for the “yes” side. If no significant changes are made to the federal political system, it seems increasingly likely that the pro-sovereignty side will win the next referendum.

The Quebec nation is an open, pluralist and multi-ethnic society. Most Quebecers have always accepted cultural diversity and the enrichment it brings. They have long considered it an advantage to identify with both Quebec and Canada, thereby being citizens of a multinational state. Canada, however, fails to protect the French language outside Quebec, and refuses to fully recognize the Quebec government's authority and autonomy in matters of language and culture within Quebec territory. These are the reasons why a growing number of Quebecers favour political sovereignty.

To sum it up, even though considerable progress has been made, the position of French in Quebec remains uncertain, especially since Quebec does not have the legislative and administrative powers necessary to correct the situation. Nowadays, when so many close, mutually advantageous economic ties already exist, complete separation is not desirable. There can be a political union instead of Quebec's separation, where the differences between citizens are neither eliminated nor developed in isolation from each other, but work towards a common goal, the development of Quebec. Furthermore, although the opinion of the minority must not determine the orientations of the majority, it must still be listened to and respected. The union with Canada would allow those who feel Canadian first and foremost to maintain a sense of belonging to a single political entity that would resemble Canada as it currently stands.

А. Заяц

THE STATUS OF GIBRALTAR: ROOTS AND CONSEQUENCES OF THE ANGLO-SPANISH EVERLASTING DISPUTE

Gibraltar is one of the most strategically important places in the world. Here passes the route from the Mediterranean Sea to the Atlantic. The dispute between Great Britain and Spain concerning the status of it has been going on for about three centuries. Gibraltar is officially an overseas territory of the United Kingdom. Spain has tried to return Gibraltar many times, but attempts were not successful.

Gibraltar was captured by the British Fleet in 1704 during the War of the Spanish Succession. Both Britain and Spain claim sovereignty over the territory of Gibraltar partially due to the Treaty of Utrecht in 1713, which forced Spain to cede the territory. In 1968 a referendum was taken on and the majority of Gibraltarian people voted to stay with Britain. In the referendum of November 2002, they again showed their desire to remain British. During the last years, Gibraltarians' major goal has been to gain a voice in the political discourse between Great Britain and Spain. They have rejected any suggestions that Spain and Britain share sovereignty.

The dispute has many roots, but the main is Gibraltar's strategic importance. During ancient times, Gibraltar was regarded as a place of religious and symbolic importance. Gibraltar operated as a strategically located naval and air force base for the British. Gibraltar's location also gives it important access to commercial shipping, oil transportation and military-related transport. Geographically, Spain has reason to claim Gibraltar, as it is located on the country's southern border. In addition to the economic and strategic benefits, Spain also points to the region's historic ties with Spain. During World War II, Gibraltar served a vital role controlling virtually all naval traffic into and out of the Mediterranean Sea from the Atlantic Ocean.

Another cause of the dispute is the Gibraltar's economy. Gibraltar boasts a solid and flourishing economy having tourism, maritime and financial services as its principal sectors and with ongoing economic growth. Gibraltar can set its own

low taxes and tariffs on goods imported from outside the European Union. There is Gibraltar's cultural importance as a symbol of national resilience and strength. The Gibraltar's climate is a pleasant addition to the place.

After Brexit some issues were left on the negotiating table, including what to do about Gibraltar. There were limited border controls in Gibraltar, because Britain has never been part of the Schengen agreement. Under the compromise it was announced that Frontex officers will control passengers in the port and airport of Gibraltar. The UK and Spain have agreed in principle that the land border will go and many things will change, possibly within six months. The single road linking the territories will be widened to allow people to travel freely. For the border to disappear, Gibraltar will effectively become part of the Schengen zone. New arrivals will only be checked if they enter by sea at the port and by air.

The status of Gibraltar is not only about the land. The 300-year-old conflict is about gaining and maintaining the upper hand in a battle that was physically fought centuries ago, but still is being waged politically. Spain's claim on the territory will probably never be realized. The Gibraltarian people have made it clear that they wish to either remain connected to the British or have total self-determination.

M. Krautsova

MAJOR PECULIARITIES OF THE LANGUAGE SYSTEM OF HONG KONG ENGLISH

Today it is something of a traditional cliché that English is a global language, being no longer the property of Britain or the United States, which, according to McCrum's, is not one English language anymore, but there are many English languages. The effects of this paradigm shift have been felt in many societies where English enjoys the status of a second language or "outer circle" variety, including such Asian societies as India, Malaysia, Philippines, and Hong Kong.

Features of Hong Kong English may be assessed threefold – phonological, syntactic and lexical. Traditionally, the phonological feature refers to sounds; the syntactic feature refers to grammars; the lexical feature refers to vocabulary.

Given below, we may observe such features of Hong Kong English:

- The traditional omission of articles like *the* and *a*.
- The use of prepositions: *on*, *in* and *at* are often interchangeable.
- The Yes/No confusion: In Cantonese, *yes* represents an agreement, *no* represents a disagreement, whilst in English *yes* represents a positive answer, *no* represents a negative answer. For example: *She isn't pretty, is she?* might require the answer *No* when the native Cantonese speaker means 'I disagree, in my opinion she is pretty'.

- Confusion with agreement of singular or plural nouns and verb tenses, verb tenses are expressed with the use of a preposition or exclamation at the end of the sentence.

- The omission of plural forms: there are no plural forms in Chinese, so plural and singular forms tend to be confused.
- *Actually* (also *In fact*) is used much more frequently than in standard English.
- Using *bored* and *boring* interchangeably, e.g. *I am so boring!* (real meaning: 'I am so bored!'). In contrast, in Chinese there is just one word used to describe either state.
- The usage of *hear* instead of *listen*, e.g. *I hear the radio* (the actual meaning: 'I listen to the radio').

English is a major working language in Hong Kong, and is widely used in legal matters and commercial activities. Although the sovereignty of Hong Kong was transferred to the PRC by the United Kingdom in 1997, English remains one of the official languages in Hong Kong as it is enshrined in the Basic Law observed in Hong Kong.

А. Крупская

CONTEMPORARY IMMIGRATION TO THE UK AND ITS IMPACT ON BRITISH ENGLISH

Globalization has affected all spheres of public life in the United Kingdom, including the trends observed in everyday life. During to recent transport and information revolutions, migration processes have intensified significantly.

One of the consequences of the globalization process affected migration, which involves segments of the population and also long distances. Migration, like globalization, has both positive and negative aspects. Migration is provoked due to a number of factors: economic, demographic, social, informational. The following trends in the field of migration are characteristic of the current stage of development of human society. Current trends in international migration are versatile and may provoked different developments such as : 1) the growth of illegal migration; 2) the intensification of forced migration; 3) globalization of world migration flows; 4) qualitative changes in migration flow; 5) the dual nature of migration policy.

Immigration to the UK included several stages: prewar, postwar and contemporary immigration waves.

In the prewar years, many immigrants traditionally arrived from European countries, especially Ireland, Britain's western neighbour. The Potato Famine in Ireland in the 1840s and the social unrest in the country were the main causes. More recently Eastern Europeans have tended to seek their fortune in Britain. After the World War 2, Britain needed both economic and labour assistance to rebuild society. The British got necessary financial aid from the USA, however they also had to actively invite people from other countries to get necessary manual labour. During the first decades of post-war immigration, many settlers arrived from the West Indies, from India, Pakistan and Bangladesh in Asia, and from Kenya,

Uganda and Nigeria in Africa. Today Britain experiences the influence of new waves of immigration from Eastern Europe, the Middle East and North Africa. Even though the immigrants contribute positively to British society, it remains to be a controversial issue. Currently, anti-immigration sentiments seem linked to the ongoing debate concerning UK's relationship with the European Union. New political parties in the UK, especially the UKIP (The UK Independence Party) challenges the traditional political parties on these issues. UKIP focuses on preventing immigrants from Bulgaria and Poland from coming to the UK to take advantage of the welfare system. Regardless of the outcome, immigration continues to be at the core of the debate, and this is likely to continue in the future.

The analysis of the publications of the popular English-language edition of The Guardian reveals to the active use of foreign-language borrowings, both in their traditional and new meanings developed in the recipient language.

М. Кузьминых

DEVASTATING WILDFIRES IN VARIOUS CORNERS OF THE GLOBE: THE ENVIRONMENTAL ASPECT

In many areas of the world, the past years have brought the risk of wildfires. Scientists claim that the main reason is the climate crisis. They say that the rise in fire danger is predominantly due to hotter temperatures, less rainfall, lower humidity and stronger winds as a result of global heating. Fires are releasing record levels of carbon dioxide, partly because they are burning ancient peatlands that have been a carbon sink. The most fire-ravaged areas include Australia, the US – Alaska and California, Russia – Siberia, and South America – the Amazon Rainforest.

Starting from 2019, Australia suffered from two crucial bushfire seasons: 2019-20 Australian bushfire season, colloquially known as Black Summer, and 2020-21 season. The main fire hotspots include New South Wales and Victoria. Since then, over 19 million hectares of land have been burnt, over 9440 buildings have been destroyed and about 480 people have died.

It goes without saying that not only the government makes its best to prevent the country from bushfires, but some organizations as well. Lots of animals, birds and insect's species are in danger at the moment, that's why WWF is working together with partners in-the-field to restore what has been lost in the fires and protect the remaining wildlife.

Another great ecological disaster has affected the US. In 2020, the Western United States experienced a series of major wildfires. Yet, the most fire-affected areas include California, Oregon, and Washington. According to the latest data, about 4,100,000 hectares of area have been burnt, over 13,887 buildings have been destroyed and at least 46 people have died.

Scientists claim that the causes of the numerous wildfires are not only internal. The lead external cause of numerous wildfires is people. There are two ways of how people influence this horrible natural phenomenon: the warming that has

been caused by greenhouse gas emissions and the accompanying increased drying, people's moving into areas near forests, known as the urban-wildland interface, that are inclined to burn, and the wildlife smoke.

It must be noted that not only Australia and the US are suffering from the deadliest wildfires ever. Other vulnerable regions include Russia, China, Brazil (the Amazon forest), Argentina, South Africa and others.

To sum it up, all countries should be on standby to be ready to face the climate change problem. When it comes to our environment, it is an everybody's matter of concern. US and Australia wildlife seasons have proved that it's getting worse and worse and it's high time the world teamed up to work out a new program together.

П. Мартыненко

THE INFLUENCE OF BRITISH COLONIAL LEGACY IN INDIA ON THE DEVELOPMENT OF INDIAN ENGLISH

It's a well-known fact that English is the leading language on the international arena as a language of business, commerce, science, medicine and other key areas. Although there are many more native speakers of Mandarin Chinese and Spanish, English prevails to be lingua franca of the present world – but it was not always the case.

English became an accepted leader due to politics and power. Before colonizing much of the planet, the British were the only ones speaking it; yet once they began trading in Asia and Africa and settling around the world, the language spread – first, mainly for administration and business purposes, but later as a language of education, literature, poetry and philosophy, as well.

However, when discourse British colonial legacy, we cannot bypass India, as it was Britain's most important, profitable and populous colony of that time – it was called the “Jewel in the Crown” due to its abundance of natural resources and strategic location. With the British ascent to power in India, English was introduced as the state language. Soon afterwards, it expanded to virtually all areas of Indian life.

Currently, English remains one of the two official languages of India alongside Hindi, and boasts of the largest population of English speakers in the world after the United States. The English which is spoken in India is different from that spoken in other regions of the world, and it is regarded as the unique variety which is called Indian English.

Similar to other varieties of English, Indian English – or Hinglish – has its own specific characteristics. These include phonology as people from different parts of India pronounce words with diverse accents, and original words, in turn, undergo a strong phonetic transformations (for instance, the pronunciation of words *take*, *make*, *bad* with [ɛ:] sounds instead of [eɪ], [æ], [e] and [ə:]); same applies to morphology which is very creative and filled with new terms and

usages: the extensive usage of compound formation (*cousin-brother* / *cousin-sister* to differentiate between male or female relatives), the pluralization of mass nouns (*furnitures*, *woods*); purely English formations (*blanks* – white people, *brandy coatee* – raincoat, *missi-baba* – a young lady). Indian English grammar is likewise deviant from standard English forms: inconsistent use of articles, use of reduplications to emphasize an action (*Come come!*) or intensify something (*curly-curly hair*), the use of the continuous tense with habitual actions, completed actions, and stative verbs (*I am doing it often*) and – perhaps the most famous one – use of general tag questions (*You're going, isn't it?*).

To conclude, I'd like to say that Indians have made English into a native language with its own linguistic and cultural ecologies and sociocultural contexts, and by this have not only given the world one of the most widespread and popular varieties of English, but in turn enriched it, as well.

Р. Мишурова

IMPLEMENTATION OF THE MONTREAL PROTOCOL: AUSTRALIA'S NOTABLE CONTRIBUTION IN WORLD ECOLOGY

The Montreal Protocol on Substances that Deplete the Ozone Layer (the Montreal Protocol) is an international agreement made in 1987. It was designed to stop the production and import of ozone depleting substances and reduce their concentration in the atmosphere to help protect the earth's ozone layer. It sets out a mandatory timetable for the phase out of ozone depleting substances. The Montreal Protocol is widely considered as the most successful environment protection agreement.

Australia was one of the first countries to ratify the Montreal Protocol and it continues to be a leader in the phase out of ozone depleting substances. In many cases, Australia is well ahead of Montreal Protocol requirements. Australia consumes 61 per cent less greenhouse gas emissions in 2020 than required under the Montreal Protocol. 40 million tones – the amount of the emissions Australia has avoided since 1995.

There's the Department of the Environment, Water, Heritage and the Arts in Australia, which is the Government agency responsible for coordinating national ozone protection measures and administering the Ozone Protection and Synthetic Greenhouse Gas Management Act 1989.

The Australian Government also owns Australia's National Halon Bank which reclaims halon, maintains a stock for essential uses and disposes of excess halon and other ozone depleting substances. Industry has also been strongly engaged in Australia's efforts to phase out ozone depleting substances and minimize the emissions of ozone depleting substances.

Australia takes an active role in ongoing Montreal Protocol negotiations, ensuring that further actions to protect the ozone layer are scientifically based and technically feasible. Australia is a member of the 14 member Executive Committee

which manages the Fund on a cost-effective basis. Australia has contributed over \$97 million to the Multilateral Fund since 1991. As part of its contribution to the Multilateral Fund, Australia also undertakes a number of bilateral projects in developing countries. These projects use Australian skills and technology and help to raise the profile of Australian know-how and expertise regarding ozone protection initiatives.

Australia is a party to important decision-making bodies within the Protocol framework. An active role allows Australia a degree of influence over the nature and direction of global ozone protection issues.

Many Australian experts have been recognized for their contribution to the implementation of the Montreal Protocol, the work they have done in helping Australia meet its phase-out obligations and for their international contribution to phase-out the use of ozone depleting substances.

Much remains to be done to ensure the continued recovery of the ozone layer and to reduce the impact of ozone-depleting substances on the Earth's climate. But the prospects for the long-term recovery of the ozone layer are good. Scientists predict that if the international community continues to comply with the Montreal Protocol the ozone layer should fully recover between 2050 and 2065. And Australia has been playing a crucial role in that regard.

А. Новик

THE BRITISH LINGUO MAP: MODERN LANGUAGES, DIALECTS, DEAD LANGUAGES

The British Isles are known as the site where a lot of ancient civilization left their signs. People came and stayed here for centuries, then they were conquered by new invaders and disappeared, or were ousted to the outmost mountainous regions of the Isles. The Stonehenge monument in England, Sculptured stones monuments in Scotland, Ogham inscriptions in Scotland, Wales and Ireland – all of these were left by pre-Indo-Europeans who managed to leave traces seen even now, after several millenniums of wars, invasions, disasters and changes.

And the language also contains traces. Succinct languages and dialects descriptions help to identify the main peculiarities and features, and understand the reasons for the extinction of several languages. Studying dead languages can be very important if people want to learn about the history of the people who spoke them. Any additional information allows admiring the language diversity, complication of the linguo map development, its ongoing transformation, and also perspectives under the influence of time.

Today people of the UK use different dialects (the Northern dialects: *Geordie*, *Lancastrian*, *Cheshire*, *Mancunian*, *Scouse*, *Yorkshire*; the West Midlands: *Brummie*; and *Cockney* in the South), and often do not understand each other having different variants of the languages, like *RP* (*Received Pronunciation*,

an “ideal” or “queen” language) or even using different languages (*English, Scots, Scottish Gaelic, Ireland, Wales*). The linguistic differences and features can be noticed and studied in phonological, grammatical, lexical and other aspects.

The influence cannot be estimated as being positive or negative, though it is important to say that events do not only create new languages or dialects but also force them to disappear. This way we can say that the existence of languages or dialects is not permanent. Some of them faded away with the last native speaker, and they move into the realm of dead languages. The examples of such dialects in the UK are *Norn, Pictish, Cumbric and Yola or the Forth and Bargy*. Traces of these languages or dialects persist mostly in a limited number of geographical and personal names found on monuments and in the contemporary records.

Today there is no ground to say that languages and dialects will finally disappear since lexicographers add hundreds of new words and abbreviations to online dictionaries every month. However, we should carefully consider some dead and extinct languages and dialects because of their cultural, linguistic, or social importance for the society development.

Е. Орлова

IMMIGRATION TO AUSTRALIA: STILL ADVANTAGEOUS TO LIVE IN THE COUNTRY?

Australia is the smallest continent and one of the largest countries on Earth. Its area is 7,692,024 square kilometers, and its population is about 26 million people. The population density is 3.2 inhabitants per square kilometer. There is high standard of living and strong economy in Australia. Female life expectancy is 80 years and male life expectancy is 75 years. Immigrants account for 30 % of the population, the highest proportion in any country with a population over 10 million. Foreign migration has increased from 30,042 people in 1992 to 178,582 people in 2016. But there are positive and negative moments in living in Australia.

The Australian climate is varied, so everybody can find the suitable one. Those who like warm weather can live in the western part of Australia. There are tropics in North Queensland. There is temperate climate zone in the southern part of Australia. The sun shines for 300 days a week. But there are a lot of different dangerous and poisonous animals such as snakes and spiders there.

Perfect knowledge of English doesn't mean complete understanding of the Australian speech because there is a unique accent. Besides some Australian words differ from Britain ones. But even with intermediate level of English, you can live and work there. Also, it's difficult for foreigners to find a good job in Australia. The in-demand professions are IT-specialists, doctors and engineers. Besides it's necessary to bring your resume in person but not to send by e-mail. Minimum wage is about 600\$ a week. People work 38 hours a week. Vacation lasts for 28 days.

Australia is a relatively safe place to live. The crime rate there is much lower than in other developed countries such as the United States and Canada.

The value of real estate is high in Australia. The average cost of renting a flat is about 400\$ a week. A house with three rooms costs about 500–600 thousand dollars. So, people usually buy it in the mortgage with the rate of 2–3 %.

There are two types of medicine: state and private. There is insurance Medicare that allows people to get emergency medical care and see a GP for free. If a patient goes to narrow-profile specialists, examination is free of charge or its cost is reduced. However, dentistry, beautician and physiotherapist services are not covered by the insurance.

To sum it up, there are positive and negative moments of immigration to Australia. Living conditions in Australia differ from the ones in Belarus. It is not easy to change habits and to get used to new climate and conditions. Satisfaction or dissatisfaction depends on a person since pros for one person can be cons for the other one.

В. Политаева

TOLERANCE AS A SOCIAL PHENOMENON IN THE AMERICAN SOCIETY

Tolerance is an important aspect of American society. However, during the recent years in America, there have been several events that prove that the tolerance, Americans are so proud of, has not fully taken root in this society. In this work, the following points are considered: how tolerance reveals itself in the different spheres of American public life and problems caused by tolerance.

First of all, due to recent events the topic of tolerance in the field of politics is relevant. The 2020 United States election and the ensuing riot are further evidence of how deeply divided the country is today. Calls for unity by leaders and institutions are a marked improvement from messages of division. Moreover, institutions can establish inclusive social norms with egalitarian citizenship regimes that allow for differences to be expressed, even if these are only tolerated.

The second point is tolerance towards African Americans. Progress is the largely suppressed story of race and race relations over the past half-century. And thus it's news that more than 40 percent of African Americans now consider themselves members of the middle class.

While the global anti-racism movement has been growing, there is also a parallel discourse on “reverse racism”. Their position is that employment equity is a racist institutional practice because white people are unfairly disadvantaged in terms of the likelihood of acquiring employment. Encouraging and promoting awareness of what racism is and what it is not is a necessary requirement for effectively addressing systemic racism in America.

As for the LGBTQ community, the situation is not improving. Research shows that young people are growing less tolerant of LGBTQ individuals. In the same time more and more people identify themselves as LGBTQ members. The

U.S. Supreme Court's decision on June 15, 2020, extending employment protections to LGBTQ workers was a significant victory, as well as the legalization of same-sex marriage nationwide.

The fourth point that deserves attention is feminist community. Unfortunately, despite the struggle for a good cause, many people do not understand the feminist views. Therefore, the issue of tolerance and acceptance is a sensitive subject for the members of this community.

Summing it up, the phenomenon of tolerance has penetrated into all spheres of American society and it is closely connected with the struggle for human rights. If we want to live in a peaceful society, there is no alternative to tolerance.

Ю. Радченко

THE HISTORY OF THE COLONIZATION OF SOUTH AFRICA AND ITS INFLUENCE ON THE EMERGENCE OF SOUTH AFRICAN ENGLISH

The first Europeans to settle on the African continent were the Dutch. In 1652 they established a settlement at the present site of Cape Town. The initial purpose of it was to provide a rest stop and supply station for trading vessels making their journey from Europe to India. The first settlers started to establish farms and work for themselves in the Dutch Cape Colony. Those were the first farmers who eventually came to be known as the Boers. Thus, Dutch (later Afrikaans) became the main language spoken in the colony.

During the 18th century white expansion was widely promoted both by the arrivals from Holland and Britain. In 1806 the British occupied the Cape Colony as a result of a second invasion. With that, the spread of English on the African continent began. It was exercised through the recruitment of schoolmasters from Britain. Already in 1822, English was declared the sole official language of the Cape Colony.

Being dissatisfied with British rule, Boers trekked inland to obtain greater independence. They began to colonize new lands and established the republics of Natal, the Transvaal or the South African Republic, and the Orange Free State. The discovery of gold and diamonds on the territory of these colonies intensified the aggressive ambitions of England. In 1895 the Anglo-Boer War began which ended in the victory for the British who eventually established full control of the territory.

On 31 May 1910 the Union of South Africa was created by joining the former Boer republics with the Cape Colony. At first, the Union formally remained a British territory gaining independence only in 1931. On the formation of the Union English and Dutch became the official languages. Afrikaans replaced Dutch only in 1925. English served as lingua franca and was the language of social elite.

In 1948 the situation changed. South Africa's National Party, which represented Dutch-descended Afrikaners, came to power. It implemented a policy of racial discrimination directed against the African Blacks traditionally known

as *apartheid*. Afrikaans became the openly-favoured language. Administration and business were conducted almost exclusively in Afrikaans. The status of English was lowered while the African languages were officially ignored. However, the African National Congress and other liberation organizations saw English as an acceptable language of liberation and black unity. The Blacks protested against teaching in Afrikaans at schools and perceived English as an acceptable window on to the free world.

After the first democratic elections held in 1994 the African National Congress came to power. This meant an end to apartheid and changes in official legislation. English became one of the eleven languages that held official status under the Constitution of 1996. Since then English has retained its status as the language of government and parliament, and a major promoter of business and higher education in South Africa. Many black parents see it as a crucial instrument for the advancement of their offsprings. While the government espouses multilingualism, in practice South African English is dominant in public life for reasons of practicality and cost-efficiency.

Н. Радюк

IMMIGRATION FLOW TO THE USA: RECENT TENDENCIES

The thorough analysis of recent tendencies of immigration flow to the USA describes statistical data about immigration in the past years. It's evident that the number of immigrants has decreased, and the leading country in terms of migration is neighboring Mexico. Also, there were solutions at the state level which influenced immigration to the USA: Trump's Green Card Decree, Baiden's reform, DACA program.

The main goal of Trump's Green Card Decree was to solve the problem of employment for the Americans. To perform this Trump had to resort to a radical solution to the problem, as a result of which he limited the permanent arrival of foreigners in America. This act entailed complications not only for immigration in order to get a job but also for immigration based on family ties.

Biden's innovations in the field of the country's immigration policy are aimed at establishing more favorable conditions for foreigners who come to America, restoring the economic situation in the country, combating the exploitation of workers, and simplifying family-based immigration.

In comparison with the previous solutions, the ultimate goal of the DACA program is to create comfortable conditions for immigrants in the United States, in particular for those who acquired the status of an immigrant in childhood. The program continues up to this day.

There's some useful information which helps to clear up the contemporary situation with immigration. In the intermediate 10 to 15 year period, given the recent pandemic, different assumptions about immigration and fertility could increase or decrease the population size by 2 to 3 percent. In the long run, different

mortality assumptions will result in population size differences of 6 to 7 percent. Referring to the data, the US government is making many attempts to stabilize the situation with immigrants in the country. In turn, Trump and Biden were guided by their own methods to resolve this issue. Their actions, as well as the worldwide pandemic, will have a significant effect on immigration flows to the United States in the coming years.

Е. Рыжинская

THE AFTER-EFFECTS OF AUSTRALIAN EXCESSIVE IMMIGRATION POLICY

Immigration has always been an important hallmark of Australian society. Nowadays many people still come to the country primarily because of the conditions provided by the government, as well as the high standards of living and education, and the unique nature. Naturally, high level of immigration has a number of negative after-effects for Australia.

First, the difficulties arise because immigration became an important complement to natural population growth in Australia, able to compensate for labour shortages resulting from an ageing population, and the Australian government began to use the immigration ceiling as a lever to meet labour needs due to demographic pressures and the nation's economy has come to rely on a quasi-population policy.

Another problem is the current dependence of the Australian economy on immigrants. Since the spread of the COVID-19 virus and the closure of borders have greatly reduced immigration flows, this has primarily led to a reduction in the country's GDP. The ongoing border closures have also affected Australia's main imports, particularly international student migration and tourism, which make up a significant part of these imports. The decline in immigration has affected the level of consumption and caused critical problems in the labour market in some industries. And of course, fewer immigrants have led to fewer working-age people entering the tax base.

The important issue is the increased cost and complexity of providing some infrastructure. There is currently a shortage of public hospital beds across the country, although the arrival of immigrants and the accompanying population growth has increased the demand for hospitals. Many of the country's roads are also unable to cope with the existing volume of traffic, and large cities are experiencing problems with water supply.

One more difficulty is that there is now a widespread shortage of affordable housing in Australia, as the construction industry cannot build homes fast enough to accommodate the extra people.

The last and most extensive issue concerning excessive immigration is the impact on the environment. Currently, the most pressing problem in Australia is the lack of fresh water due to the large number of immigrants and the increase in

the population as a whole. It should also be noted that population growth due to immigration became one of the main factors determines the growth of domestic greenhouse gas emissions. The coastal region, which has historically been used for commercial fishing, now faces additional pressure. Huge levels of immigration and population growth have also led to widespread degradation of the landscape. The latter is manifested in the salinization of the soil and the erosion of the topsoil.

Thus, we see that the excessive immigration policy of the Australian government has led to a number of negative after-effects, both for the economy as a whole and for individual areas of the country. Without constant action to find innovative solutions, high growth rates can also exacerbate problems such as congestion and excessive waste productions. To take full advantage of immigration and population growth, Australia must continue to explore and address these issues.

В. Смышко

THE UNIQUE HISTORY OF SOCIO-CULTURAL DEVELOPMENTS IN THE NEWFOUNDLAND VERNACULAR OF CANADIAN ENGLISH

On July 1, 2017, the Canadian people celebrated the 150th anniversary of the founding of their state. Therefore, Canadian political culture involves also a modern history compared with the political culture of the nations of Europe and Asia. It's short duration, the distinctive process of formation and development has no unequivocal assessment among scholars in both the Western world and among domestic Canadian scholars. Therefore the study of the modern history of Canadian political culture is of considerable scientific interest. Political culture is a key element in comprehending the political life of society, filling the state political development with cultural content, it is not only one of the basic categories for political science and political sociology, but also for history as a whole.

If political culture is understood as the historical and social experience of the national community, which influences the formation of the main institutions of the political system, political orientations, political behavior of individuals, small and large groups, then we can say that studying the history of political culture, we should define the values and orientations of people, as well as political norms of behaviour, which condition their aspirations and intentions. Such studies in the study of the history of Canadian political culture have not been conducted, so the scientific relevance of this analysis is due to the lack of study of the process of genesis and evolution of Canadian political culture. The scientific relevance also lies in the need to study and identify the basic patterns of development, determine the process of formation of the characteristic features, traditions and values of Canadian political culture in its history.

The political relevance of the study resides in the identification of the functional and activity characteristics of Canadian political culture as an illustration of Canadian political culture in order to obtain sound scientific

recommendations for the organization of the political process and political practice in emerging multi-component societies, as well as an understanding of political behavior under the influence of multiple factors of the social environment.

The topic under consideration has practical relevance and developing countries that have taken the path of democratic development, allows you to understand the causes and sources of political culture development, opportunities and technology to manage this development, to assess the peculiarities of formation and development of political culture in modern civilization conditions of mass postindustrial society, use different approaches to the analysis of problems of political history and topical problems of political theory and practice.

И. Сучкова

PRISON INDUSTRY AS A PROFITABLE BUSINESS IN THE USA

Imprisonment has become the response to many of the social problems that burden people who fall prey to variety of life circumstances like poverty, starvation and so on. These problems often are masked by being conveniently classified together under the category “crime” and by the automatic attribution of criminal behavior to people of different social classes, ethnic and age groups, etc.

Meanwhile homelessness, unemployment, drug addiction, mental illness, and illiteracy are just a few of the problems that disappear from public view when the human beings connected with them are sent to jails, but the point is that prisons do not make problems vanish, they devastate human beings and the practice of disappearing vast numbers of people from poor, immigrant, and racially marginalized communities has literally become big business.

It is a little strange that there are 2.3 million prisoners in the US, while the US makes up less than 5 % of the world population, yet houses close to 20 % of the global prison population. The prison industry is hugely profitable, so private corporations keep on greedily building one prison after another. They collect government money for the administrative costs while exploiting prisoners for unpaid labor. It turns providing prisoners with food, medical services and other basic necessities that have greatly benefited the service industry. Securing prisons has become its own economy. This is how the so-called prison-industrial complex has become a booming business in the USA.

The *prison industrial complex* (PIC) is a term which is used to describe the overlapping interests of government and industry that use surveillance, policing, and imprisonment as solutions to social, political and economic problems. PIC is not feasible without the “industrial” part. Thousands of US businesses participate in this exploitation system, many publicly traded and household names. These corporations take advantage of crime and punishment with the government’s help and put profit over everything.

Incarcerated people also work, making everything from license plates and mattresses to body armor vests. They also serve as firefighters in California. In New York, during the pandemic they made hand sanitizer, a hygiene product they

were not allowed to use. In some places, they are employed by major corporations such as Minnesota-based 3M. These American citizens get paid 8 to 15 cents an hour for this labor. In the State of Texas where they have prisoners picking up cotton, they get paid nothing, which basically shows us the picture of ongoing slavery of the 21st century.

As the result Prison construction and the attendant drive to fill these new structures with human bodies have been driven by ideologies of racism and the profit pursuit. Before Black Lives Matter protests and the appearance of pandemic, businesses weren't interested in taking a permanent stand fearing economic risks. Now is not the time for weighing economic risk or profits. It's time for businesses of the United States to divest from the prison system and play their part in overhaul of the justice system.

М. Тарасевич

HOW TO GET TO AUSTRALIA: ACTUAL DIFFICULTIES

Tourism in Australia is one of the largest sectors of the country's economy, accounting for about 3,9 % of GDP. Domestic tourism makes up a significant part of the tourism industry, accounting for 73 % of the total GDP of tourism. This is primarily due to the inaccessibility of the continent and the high cost of air travelling. Most visitors come from China and New Zealand, which are relatively close to the country.

There are only 16 airlines in the world that provide flights to Australia. At the same time, none of them are from the CIS. Also, the flight itself, for example, from Moscow to Sydney with a transfer takes 24 hours. There is no option to get from another continent to Australia by sea. Current ferries operate on a route only from one Australian city to another.

The country has a state program "Tourism 2020", aimed at the development of its various areas, including the improvement of transport links. The transport infrastructure needs to increase capacity in order to serve tourists who want to enter, leave and travel around Australia. The state cooperates with carriers to make sure that the transport industry is growing and helps to develop the tourism sector, and does not hinder the movement of people.

The solution is to route passenger ferries from different continents, not just cargo ships. Also, the development of air links with many countries. Often, the problem here is the technical side of the issue, since the plane will be in flight for too long. But using the services of one airline with a stop for refueling will significantly reduce the cost of the flight.

Thus, the solution to the problem of how to get to Australia is to invest in the development of transport links. It will reduce costs and decline the difficulties that visitors have while visiting. And then in Australia international tourism will be developed at the same high level as domestic tourism.

GROWING TENDENCIES TO LEAVE AMERICAN MEGALOPOLISES IN CORONAVIRUS REALITY

The coronavirus pandemic has been devastating to America's biggest cities, as the virus has found fertile ground in their density, creating a coronavirus moving phenomenon. People are leaving big, densely populated areas and spreading out to suburbs or smaller communities across the country.

The United States Postal Service change-of-address data from February to July 2020 shows that 15,974,826 address change requests were filled during that period, which means 2 % increase in permanent movers and 27 % increase in temporary ones. Overall, around one-in-five U.S. adults (22 %) say they either changed their residence due to the pandemic or know someone who did. The age group most likely to have had at least one of these things happen to them is the nation's young adults. According to USPS data, big cities lost the most movers during the first six months of the pandemic.

MYMOVE registration data shows that some residents moving from densely populated cities relocated to smaller nearby cities and suburbs. Among the cities that lost the most movers during the pandemic are New York, Brooklyn, Chicago, San Francisco, Los Angeles, Naples, Washington DC, Houston, Philadelphia and Fort Myers. Less populated cities that gained the most movers are Katy, Richmond, Frisco, East Hampton, Georgetown, Leander, Cypress, Cumming, Riverview, and Meridian.

According to the statistics, people move out of big cities every year, even before the pandemic. Major metropolitan areas with populations exceeding 1 million sustained the biggest growth slowdowns and, population losses over the last four years, as have the urban cores within them. Growth in the country's major metropolitan areas fell by nearly half over the course of the past decade. All of this occurred at a time when national population growth has reached historic lows. Among the reasons why the population decline can be observed is cost of living; unemployment rate which was increased during the coronavirus pandemic; rise of remote work and schooling; possibility of homeownership due the record-low interest rates; plenty of open space in smaller cities.

Now, in the midst of an unprecedented pandemic and economic standstill, it is difficult to assess how or if the recent demographic dispersion will continue. A long-term recession could very well put the brakes on this dispersion and, as was the case after the Great Recession, lead to renewed metropolitan gains. On the other hand, large metropolitan areas and cities – especially those at the center of the pandemic – could become less immediately attractive to movers than they were in the early 2010s. Despite recent demographic reversals, major metropolitan areas – home to 56 % of U.S. residents – will continue to be important anchors for the nation's population and economy in the decade ahead.

CANADIAN IMMIGRATION FLOWS IN PANDEMIC REALITY

Canadian immigration is considered to be one of the best in the world as it is loaded with better opportunities for employment as well as for personal growth. Government promotes policies for skilled immigrants who can be used as a workforce, and it is actually what helps the country's economy. Professionals and skilled workers who wish to pursue permanent residence in Canada must demonstrate a strong likelihood to become economically settled in Canada. That is why the main selection factors of all economic programs are suitable education, work experience in a high-demand occupation and language abilities under one of Canada's official languages – English and French. Certainly, immigration can give substantial economic benefits – a more flexible labour market, greater skills base, increased demand, and a greater diversity of innovation. However, immigration can cause issues of overcrowding, congestion, and extra pressure on public services. There is also a debate about whether immigration of unskilled workers leads to downward pressure on wages and even unemployment of native workers.

And it is just a look at mostly the economic costs and benefits of immigration, though the hosting country needs to consider some other means in order to gain from immigration, and improve the economic situation, and the country's population number. Such means can be called rules or restrictions for the immigration process, and COVID-19 as the main one nowadays.

To manage the outbreak of the coronavirus disease, the Prime Minister of Canada announced travel restrictions that limit travelling to the country. Health authorities also issued guidance and restrictions that limit the ability to process applications normally. Until further notice, most foreign nationals cannot travel to Canada, even if they have a valid visitor visa or electronic travel authorization (eTA). These restrictions stop most non-essential travel to Canada.

Since the start of the pandemic, IRCC (Immigration, Refugees and Citizenship Canada) and provinces, and territories across the country have continued to process new and existing immigration applications. It is done to complete the processing of as many applications as possible so that those eligible to obtain permanent or temporary status now can do so while travel restrictions and other pandemic disruptions persist. The reason why Canada's governments are processing applications now is to enable the country's immigration system to recover as quickly as possible following the pandemic. Looking ahead, Canada expects its immigration levels to exceed 200,000 newcomers in 2021 as IRCC has since adapted to the pandemic. A major reason why immigration failed to break the 200,000 newcomer barrier last year was that Canada's permanent residence landings plummeted between the middle of March and May 2020 as federal government officials were affected by lockdowns and other pandemic measures.

The arguments presented prove that the pandemic will continue to have an impact on Canada's Immigration Levels Plan, though Canada is determined to surpass 401,000 annually once COVID-19 has been contained globally.

А. Шикавка

BREXIT: ECONOMIC EFFECT BOTH ON BRITAIN AND THE EU

On June 23, 2016 during the referendum on the UK's membership in the European Union, 51,89 % of the country's citizens voted for the country's withdrawal from the union. The very first result of the vote was the resignation of Prime Minister David Cameron, discouraged by the results, and the change of the UK government. It is not surprising that such a controversial and important issue has led to certain changes in the political life of the country, which, however, have not yet affected the standard of living of British citizens. A more significant factor that can affect the quality of life of the population is the change in the economic situation associated with the UK's exit from the European Union.

Certain economic consequences for the UK appeared immediately after the referendum on membership in the European Union. Three days after the vote, the international rating agency Standard & Poor's revised down the country's long-term credit rating. The United Kingdom, which previously had the highest rating of "AAA", received a level of "AA" with a negative outlook. At the same time, the pound fell to the level of 1,37 dollars, which is the minimum of the last three decades. Unfortunately for the UK, the downgrade of the rating and the exchange rate of the national currency are the least worrying consequences of Brexit.

An important issue in the process of the UK's exit from the EU will be the new financial regulation scheme. The UK currently accounts for about 75 % of the European banking business. As a result of the disintegration of banking systems, British financial companies will have to undergo procedures for obtaining a work permit in EU countries.

Out of the 27 EU countries remaining in the union, the most affected will be Malta, Cyprus, Ireland, Poland, Latvia and Lithuania. Malta and Cyprus expect significant losses in the tourism sector of the economy, while the countries of Eastern Europe fear both a drop in trade turnover and a complication of the migration situation. Ireland's trade turnover is 18 % provided by transactions with British counterparties, so this country topped the list of Brexit Sensitivity Index (the index of sensitivity to the UK's exit from the EU), compiled by S&P.

The overall impact of Brexit on the EU's economic environment is quite difficult to assess due to the lack of such precedents in the history of the union. Undoubtedly, most countries will suffer from the volatility of the single European currency and a state of uncertainty that will last at least until the full withdrawal of Britain from the European Union.

Based on the analysis of the facts, it can be concluded that the scale of the consequences of the UK's exit from the European Union depends primarily on the policies pursued by Brussels and London in preparation for the process of disintegration. Britain, having gained the desired freedom of action, will make efforts to maintain trade preferences on the territory of the EU. Brussels is also interested in maintaining the existing pattern of trade with the UK, but cannot allow London to get everything it wants without serious costs. In this state of affairs, it can be assumed that the damage from Brexit for the economies of Britain and the EU will be minimal if today's partners in the union decide on the format of new relations in the shortest possible time and at the same time are mutually compliant.

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

П. Большакова

ЭКСПЛИКАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ В ЮМОРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (СТЕНДАПЕ)

Стендап как жанр юмористического дискурса появился не так давно, наибольшую популярность в странах СНГ он получил только в начале 2000-х, что указывает на то, что в нем, скорее всего, отражены ценности молодежи. Предметом исследования выступают ценностные ориентации в стендап-выступлениях, анализ которых проводился по классификации ценностей Б. Ерасова, выделившего витальные, социальные, политические, моральные, религиозные, эстетические группы ценностей. Для исследования было отобрано 10 выступлений различных комиков, семь из них были мужчины, три – женщины. В ходе анализа было установлено, что шутки и темы меняются в зависимости от времени года, политической и экономической ситуации в стране, в которой они читаются, а также то, что подбор тем и ценностные ориентации похожи. Но наиболее часто независимо от национальной или гендерной принадлежности затрагиваются социальные, эстетические и моральные ценности.

Различия в ценностях, которые затрагиваются в стендап-выступлениях, были, в первую очередь, связаны с разным гендером. Основным поводом для появления этих различий стали стереотипы о девушках, которые высмеивают они сами. Женщин больше всего волнуют социальные ценности: социальное положение, статус, богатство, семья, активное участие в жизни общества и т.д. В шутках мужчин зафиксировано большое разнообразие тем, например, про жизнь и смерть, про бога и религию. Так, в следующем отрывке комик с ДЦП Сергейч апеллирует к моральным ценностям: *Вы знаете, что есть стереотип, что я малоподвижный, медленный, есть версия, что я «под скоростями». А я просто никуда не тороплюсь.* Женщины очень часто шутят на тему неравенства в обществе и ущемления их прав. Но у российских женщин эта проблема острее, чем в США; например, комик Юлия Ахметова подчеркивает стереотип о том, что женщины ничего не понимают в автомобилях: *Ехали мы как-то с подругой, и у меня отвалился подкрылок, ну это сейчас то я знаю, что это подкрылок, тогда для меня это была какая-то фигня из машины. Я даже не знала, могу я дальше ехать или нет.*

Таким образом, основные различия, выявленные в нашем материале, являются гендерными. Основные сходства в тематике выступлений, схожие примеры из жизни, на наш взгляд, связаны с тем, что в результате глобализационных процессов границы между странами и культурами стираются, многие нормы поведения и ценности становятся универсальными. Результаты исследования указывают на то, что стендап как жанр юмористического дискурса отражает актуальные проблемы общества и тенденции его развития, помогает выявить ценностные ориентации в той или иной культуре.

МИФЫ В РЕКЛАМНОМ КОНТЕКСТЕ

Мифы и реклама непосредственно связаны друг с другом. Оба феномена формируют мышление людей. Мифы в СМИ часто бессюжетны и бессмысленны, тем не менее именно реклама бессознательно стимулирует потребителей к покупке определенного товара. Внутреннюю часть мифов в белорусской рекламе (а именно 70 %) занимает миф «счастливой семьи». 15 % рекламных видео включают в себя миф «человек – ролевая модель». Самый распространенный миф в рекламе лекарств – это «из незначительного в значительное» (10 % от общего рынка рекламы). Далеко не самый распространенный (лишь 5 %), но активно используемый в рекламе газированных напитков – миф анимизма (персонажа – лица бренда).

Также для белорусской рекламы характерны следующие мифы:

- Миф «о переменах» (создание образа сверхчеловека).
- Миф «приобщения к героям рекламы» (ознакомление с историей героев, приобщение к ней и как результат лояльное отношение к рекламируемому продукту и компании).
- Миф «о рекламном сказочном мире» (отображение завораживающей и притягательной для зрителя альтернативной реальности).
- Миф «двойников» (сравнение аналогичного товара и рекламируемого с выявлением преимуществ и недостатков).
- Миф «ложного смысла» (связан со слоганами продукции, которые остаются в памяти у аудитории и ассоциируются с брендом в целом).
- «Социальные» мифы (их цель – донесение определенного социального посыла до людей разного возраста).
- Миф «культ автомобиля» (абстрактное, художественное и динамичное ознакомление автолюбителей с новыми моделями).

В сравнении мы ознакомились с различными видами рекламных текстов Беларуси. Отметим некоторые *плюсы* отечественной рекламы: мягкая картинка, апелляция к ценностям (семья, друзья, престиж, наслаждение). Тем не менее белорусской рекламе не хватает креативных сюжетов, и многие рекламные видео выглядят однообразно.

С. Козарь

КОММУНИКАТИВНАЯ РОЛЬ НЕЙМИНГА В МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКЕ КОМПАНИИ

Название товаров и услуг – важная составляющая успеха фирмы на рынке, поскольку удачное имя это, прежде всего, закрепление в сознании потребителей образа продукта или услуги, создание ассоциаций товара с определенными эмоциями у потенциальных покупателей.

Нейминг является частью процесса брендинга в сфере маркетинговой политики любой компании.

Наше исследование посвящено возможностям *коммуникативной роли* нейминга белорусских товаров, что, по нашему мнению, является наиболее важным фактором конкурентоспособности самого товара.

Нами было отобрано методом сплошной выборки из торговых сайтов Интернета 31 название товаров белорусского производства. Далее все названия были проанализированы в соответствии со способами образования коммерческих имен, разработанными Джеймсом Уолтером Томпсоном. Им был создан целый ряд современных рекламных технологий, в том числе и брендинга.

Наиболее частотный способ образования коммерческих имен оказался ассоциативный нейминг (15 наименований, 51,6 % от всего корпуса исследуемых единиц). Например: *Світанак* (Svitanak); *Лідскае*; *Belwest*; *Mark Formelle* и др.

Вторым по частотности оказался именной способ (всего 9 наименований, 29 % от всего корпуса исследуемых единиц). Например: *Milavitsa* (*Мілавіца*); *Elema*; *Марко*; *Serge*; *Marusya* и др.

Всего было найдено 3 примера подстройки (Банк *Дабрабыт*; *Conte Spa*; *Атлант*) и 1 пример лингвистического способа образования коммерческих имен (*Bulba Ventures*, *World of Tanks*), что составляет 6,4 % и 3,2 % всей выборки.

В нашей выборке не содержалось таких примеров образования нейминга, как гиперонимы, нейминг неологизмами, личностно-преимущественный нейминг, личностно-ассоциативный нейминг, web-нейминг, метод превосходства, апелляционный нейминг, нейминг рифмованием, каламбур, дореволюционная орфография. Скорее всего, это можно объяснить культурологическим фактором. Считаем, что продолжение исследования на материале названий товаров и брендов других стран происхождения, равно как и увеличение корпуса исследуемого материала белорусских производителей, поможет точнее ответить на этот вопрос.

В. Колесникова

ЗАИМСТВОВАНИЯ В БЕЛОРУССКИХ И РОССИЙСКИХ ИЗДАНИЯХ ОБ АВТОМОБИЛЯХ

В последние десятилетия русский язык пополняется большим количеством терминов, выражений, узкоспециализированных слов из других языков, значение которых не всегда понятно непрофессионалу. Ученые давно связывают изменения в лексике с социальными, экономическими или политическими трансформациями, которые происходят в том или ином лингвокультурном сообществе. Активное заимствование англицизмов является результатом процессов глобализации, развития средств массовой коммуникации.

В ходе данного исследования был проведен анализ 13 белорусских и российских изданий на предмет выявления заимствований. Все издания специализируются на автомобильной тематике. В процессе анализа 58 ста-

тей, рекламных сообщений и публикаций было выделено 103 заимствования на автомобильную тематику, где большую часть составили англицизмы – 64 слова. Кроме англицизмов в изданиях об автомобилях встречались заимствования из французского (галлицизмы) – *турбина, рессора, жиклёр, торсион, монокок* и др., немецкого (германизмы) – *шибер, дроссель, шильдик, зуммер, демпфер* и др., латинского (латинизмы) – *вариатор, диффузор, ротор* и др., итальянского (итальянизмы) – *седан, помпа, карданная передача* и др. и греческого языков (грецизмы) – *тахометр, фаэтон, трицикл*. Подавляющее большинство заимствований из этих языков в полной мере освоены русским языком.

Среди англицизмов, вошедших в исследовательский корпус, были выделены освоенные англицизмы – *спидометр, финиш, автоблокировка* и др., заимствования-неологизмы – *рестайлинг, слипстрим, стантрайдинг* и др., а также иноязычные вкрапления – *test-drive, shooting brake, ASR, BEV* и др.

Все англицизмы с точки зрения их адаптации в русский язык были разделены на 4 основные группы в соответствии с их типом ассимиляции: фонетическую, графическую, грамматическую и семантическую. Больше всего англицизмов было представлено в категории графической адаптации – 32 единицы (*паркинг, тюнинг, GPS-приёмник, GSM-сигнализация* и др.). В категории фонетической адаптации был выделен 21 англицизм – *лифтбек, хэтчбек, интеркулер, рестайлинг, краш-тест* и др. К грамматическому типу адаптации относится 6 англицизмов – *кариеринговый, диверсификация, оттюнингованный* и т.д., и 5 примеров было выделено в категории семантической адаптации – *фейслифтинг, суппорты* и др.

Изучение употребления англицизмов на такую узкую тему как «автомобили» позволило проследить сложность языковых процессов, в частности, фонетическую, графическую, грамматическую и семантическую адаптацию иноязычных слов в русском языке. В статьях изданий употреблялись в основном обоснованные англицизмы, так как большинство из них являются специальными терминами и не имеют аналогов в русском языке. Однако в некоторых статьях публицистического стиля авторы прибегали к употреблению необоснованных англицизмов, что было обусловлено веяниями моды.

Я. Лабохо

ПРИЧИНЫ КОММУНИКАТИВНЫХ НЕУДАЧ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ (на материале художественных фильмов)

Для каждой культуры характерна своя система ценностей, норм, стереотипов. Различия проявляются в вербальном и невербальном поведении представителей разных культур или субкультур. Несоответствие используемых кодов приводит к неэффективной межкультурной коммуникации, примеры которой представлены в художественных фильмах «ПиКей» и «Зеленая книга».

Несмотря на фантастический сюжет фильма «ПиКей» (инопланетянин прилетает на Землю и пытается приспособиться к жизни на ней), он прекрасно иллюстрирует коммуникативные неудачи, обусловленные незнанием чужой культуры. Так, в киноленте демонстрируются различные ситуации конвенционального использования цвета: ПиКей не понимает, что случилось у плачущей женщины в белом (она недавно стала вдовой), а затем он сочувствует невесте, думая, что у нее тоже умер муж. Усвоив урок о символическом значении белого цвета, в следующем эпизоде ПиКей спрашивает у трех мусульманок в черном, умер ли у них муж (конечно же, тот шел рядом). Главный герой также допускает ошибки, вызванные незнанием вербального кода. На протяжении фильма ПиКей пытается решить проблему (вернуться домой) и слышит следующее: *Только Бог про это ведает; Только Бог тебе поможет*. Он принимает эти слова буквально и отправляется в храм в поисках помощи. Помимо прочего, ПиКей не раз нарушает правила этикета. Например, он открыто расспрашивает малознакомых людей об их личной жизни.

В фильме «Зеленая книга», действие которого происходит в 1960-е годы, показана коммуникация между людьми из разных социальных групп (т.е. субкультур) – вышибалой из ночного клуба Тони и чернокожим музыкантом Доном Ширли, утонченным и образованным человеком. В одном из эпизодов Тони думает, что на обложке альбома Дона Ширли изображены прекрасные феи, однако на самом деле там изображены страшные демоны (он не понимает отсылки к музыкальному произведению «Орфей в аду»). Тот факт, что главные герои различаются по своим социальным параметрам, объясняет различия в их речи. Например, Тони употребляет слово *трепло* в значении ‘тот, кто много говорит’, а Дон Ширли понимает его как ‘лжец’. Также фильм демонстрирует негативную роль стереотипов в коммуникации: *Он цветной? Ты бы и недели с ним не выдержал!; Все ваши едят жаренную курицу, кукурузу и т.д. У нас в армии были негры-повара, они постоянно это готовили*.

Таким образом, в основе неудачной межкультурной коммуникации лежат следующие причины: несовпадение вербальных и невербальных кодов, незнание коммуникативных конвенций, нарушение правил и норм поведения, игнорирование табу, влияние культурных стереотипов.

В. Ливанцов

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЛИДАРИЗАЦИИ В КОРПОРАТИВНЫХ МЕДИА

Многочисленные корпоративные медиа созданы для того, чтобы объединять работников той или иной компании или предприятия. Для достижения этих целей существуют инструменты, которые способствуют солидаризации: спортивные мероприятия, совместный отдых, благотворительная

деятельность и др. Для формирования солидарности в корпоративных медиа используются разнообразные языковые средства. Цель исследования заключается в выделении данных средств в корпоративных медиа.

Тема солидарности как никогда актуальна в современном обществе. Солидарностью считается единство интересов и задач, взаимопонимание. Солидаризация же – это производная от солидарности, т.е. процессы, которые объединяют людей в единое целое. В корпоративных медиа в роли средств солидаризации могут выступать личные местоимения 1-го и 2-го лица *мы, вы*. Также в целях солидаризации используются такие слова и словосочетания, имеющие значение единения, как *вместе, дружно (дружный), совместно (совместный), сплоченный, семья (семейный), важная часть коллектива, незаменимые, команда* и др. Эти слова вызывают у людей положительные эмоции, помогают объединить большой коллектив.

Рассмотрим примеры из корпоративного журнала ОАО «Белагропромбанк». В одной из статей часто используется слово *команда*: *самыми яркими были командные соревнования, сразу стало понятно, что команда центрального аппарата – непобедима, хочу выразить отдельную благодарность нашей команде*. Благодаря такой частоте употребления, до работников доводится мысль, что все они – команда, в которой каждый является равноправным и важным участником. Официальные лица банка также часто употребляют личное местоимение *мы*, подразумевая не только себя, но и весь коллектив: *мы хотим использовать опыт, мы можем надеяться на скорейший успех*. В статье о сотрудничестве с НОК упоминалось, что *банк и его сотрудники стали важной частью дружной семьи*. В этом случае происходит апелляция к семейным ценностям: взаимовыручке, единству и равенству. Ведь особенно важно чувствовать семейную атмосферу не только дома, но и на рабочем месте.

Подводя итог, отметим, что при составлении любого вида текста корпоративным медиа следует уделять внимание не только событию, которое должно солидаризировать работников, но и языковым способам его вербализации. Это улучшит атмосферу в коллективе и сделает его по-настоящему единым организмом, который может решать задачи различной сложности максимально эффективно и быстро.

Л. Лукашевич

ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Благодаря развитию общества в жизнь людей входят новые явления и предметы, которые начинают обозначаться новыми словами. Этот процесс исследуют многие лингвисты, которые давно занимаются анализом языка. Они наблюдают, какие изменения происходят с частями речи, и прилагательное не исключение. Так в немецкий язык вошли сложные прилагательные.

В нашем исследовании мы проанализировали 2606 немецких сложных прилагательных с такими полусуффиксами, как *-arm*, *-fähig*, *-fertig*, *-frei*, *-gemäß*, *-gerecht*, *-reich*, *-voll*, *-wert*, *-würdig*, *-süchtig*, *-mäßig*, *-teilig*, *-sinnig*, *-selig*, *-malig*, *-lustig*, *-leer*, *-durstig*, *-fach*, *-widrig*, *-willig*, *-fältig*, *-förmig*, *-weise*, *-artig*, *-los*. Они еще не являлись предметом отдельного лингвистического рассмотрения. Чаще всего данные слова образованы от глаголов. Существуют также аффиксы, которые употребляются в языке чаще, чем другие, например, *voll*.

Анализ политического дискурса показал, что сложные прилагательные встречаются там не так часто, так как не имеют сильной эмоциональной окраски.

И это наглядно видно в выступлениях госпожи Annegret Kramp-Karrenbauer, как она старается достучаться до людей, как она пытается что-то сделать для Германии и для всего народа. Ее слова подкреплены примерами, фактами, которые имеют отношение к прошлому, они мотивируют что-то предпринимать для создания лучшей страны, в которой люди должны комфортно жить, а не существовать. Она демонстрирует, что нельзя забывать прошлое, историю, чтобы не совершать те же ошибки. Ее речи эмоциональны, содержательны и очень убедительны. Она умеет привлечь внимание и правильно расставить акценты.

Исследование выступлений госпожи Angela Merkel показало, что в своей речи, посвященной теме кризиса из-за коронавируса, она часто употребляла прилагательные в превосходной степени. Такое явление достаточно редкое в ее выступлениях, так как она славится своим хладнокровием.

Таким образом, можно сделать вывод, что сложные прилагательные не характерны для употребления в политическом дискурсе, но в небольшом количестве они есть. И для того, чтобы манипулировать сознанием людей, политики используют в своих выступлениях прилагательные в превосходной степени.

А. Мешкевич

ПРЯМЫЕ И КОСВЕННЫЕ СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ РЕЧЕВОГО АКТА ПРОСЬБЫ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Целью данного исследования является анализ способов выражения речевого акта просьбы на материале романа Х. Филдинг «Дневник Бриджит Джонс». Просьба – это «директивный речевой акт, направленный от высказывания к действительности и характеризующий стремление говорящего добиться того, чтобы слушающий совершил (или не совершал) какое-то действие» (Дж. Серль).

В результате исследования зафиксировано 50 речевых актов просьбы. Анализ фактического материала показывает, что просьба может быть выражена двумя моделями:

1) прямо (46 %) – при помощи побудительных предложений (императивных речевых актов) (*Help me, please*);

2) косвенно (54 %) – при помощи повествовательных предложений (*I would like you to humbly ask him to stop*) и вопросительных предложений (*Could you carve, Daddy, please, and get everyone sitting down?*).

Вопросительные предложения могут быть направлены на следующие аспекты.

1. Наличие желания адресата совершить действие:

Do you want to come and make supper?

2. Физическая и материальная возможность адресата совершить действие:

Couldn't we all talk this through together over lunch?

3. Разрешение для говорящего выполнить действие:

May I come along?

К косвенным способам выражения речевого акта просьбы относятся повествовательные высказывания, если они могут

1) эксплицировать условие искренности:

I need some moral support;

2) выражать благодарность за будущее действие адресата:

I'd be most awfully, awfully grateful to dance with an older woman.

Таким образом, в романе речевой акт просьбы в основном выражается косвенно при помощи вопросительных и повествовательных предложений (54 %), что свойственно британскому коммуникативному поведению. Главным мотивом использования таких актов является принцип вежливости, который, как отмечает Г. Грайс, играет решающую роль в формировании высказывания и в отборе языковых форм выражения коммуникативной цели. Прямой директивный акт просьбы составляет 46 %, что объясняется короткой коммуникативной дистанцией между собеседниками в романе.

Д. Московкина, П. Жизневская

АДАПТАЦИЯ МЕТОДОВ ДИАГНОСТИКИ КУЛЬТУРНОГО ШОКА

Известно, что аккультурация – это процесс взаимовлияния культур. Сначала исследователи рассматривали аккультурацию как результат длительного контакта групп из разных культур, сопровождающийся изменением исходных культурных моделей в обеих группах. Но постепенно ученые отошли от такого понимания аккультурации и стали рассматривать ее на уровне психологии индивида. Негативное воздействие новой культуры на человека называется *культурный шок*. Часто вхождение в новую культуру сопровождается рядом неприятных ощущений: от слабых эмоциональных расстройств до серьезных стрессов, алкоголизма и даже самоубийств. На практике он часто выражается в излишней заботе о чистоте посуды, качестве воды и пищи, общей тревожности, бессоннице, страхе.

В данной работе представлен опыт разработки анкеты, целью которой являлось получение информации об особенностях протекания и преодоления культурного шока у студентов, приезжающих в Беларусь из других стран мира. Анкета состоит из нескольких блоков. Первый блок касается демографических характеристик: пол, возраст, страна убытия, длительность пребывания в Беларуси. Данные вопросы помогли нам узнать, как внутренние факторы влияют на степень выраженности культурного шока. Во втором блоке запрашивается информация об эмоциях, настроении, поведении. Например, о тревожности, бессоннице, смене настроения. С помощью этих вопросов можно выявить некоторые симптомы культурного шока: от эмоционального и физического дискомфорта до различных психических заболеваний. Далее следует блок вопросов про условия жизни в Беларуси, национальную кухню, а также про отношение местных жителей к иностранцам. Это все – внешние факторы, от которых также зависит степень выраженности культурного шока. Кроме этого, к внешним факторам следует отнести экономическую и политическую стабильность в стране, уровень преступности, доступность общения с представителями другой культуры. Последний блок вопросов связан с тем, какую помощь иностранцы получили и какую хотели бы получить, а также какие советы они могут дать тем, кто впервые приезжает в Беларусь. Данные вопросы помогают нам определить, насколько успешно прошла или все еще проходит адаптация иностранцев, что или кто помогает им справиться с возникающими трудностями.

В ходе опробирования данной анкеты было опрошено 27 студентов-иностранцев. Проанализировав ответы, мы поняли, что многим из них достаточно трудно отвечать на вопросы, которые требуют развернутого ответа. Во-первых, некоторые еще не уверены в своем уровне владения русским языком. Во-вторых, чтобы ответить на данные вопросы, нужно уделить достаточно много времени, которым не всегда располагают иностранцы. В результате мы решили, что для последующих опросов анкету следует немного упростить: добавить больше вопросов закрытого типа, убрать вопросы, вызывающие затруднение.

Я. Походова

КОНСТРУИРОВАНИЕ ТОЛЕРАНТНОСТИ ПО ОТНОШЕНИЮ К ПЕНСИОНЕРАМ В БЕЛОРУССКОЙ ПРЕССЕ

Толерантность обычно рассматривают как терпимость к чужому, готовность сосуществовать с ним; гибкость, сдержанность в любых ситуациях, взгляд на мир без устойчивых негативных эмоций и оценок. Это одно из множества определений, дающее наиболее полное и четкое понимание данного термина. Толерантность в медиадискурсе (в частности, в прессе) может быть выражена разными языковыми средствами и разными способами построения и оформления текста. Прежде всего, это средства выражения оценки.

К сожалению, современное белорусское общество еще нельзя назвать толерантным по отношению к пенсионерам, поскольку и в повседневной жизни, и в различных информационных источниках все еще встречаются проявления дискриминации, отражающие негативные стереотипы относительно пенсионеров. Белорусская пресса, тем не менее, постепенно стремится искоренять данную проблему. Такой вывод можно сделать, ознакомившись с материалами, опубликованными в республиканских, городских и районных газетах Беларуси.

При описании пенсионеров в белорусской прессе в большинстве случаев используются слова и словосочетания, несущие положительную или нейтральную оценку объекта (языковые маркеры толерантности): *чудесная, эталон женственности и красоты; образец активности, бодрости, оптимизма: Галина Ивановна – чудесная женщина. Она эталон женственности и красоты. А еще образец активности, бодрости, оптимизма* (Единство, 2021, 15 мар.); *бодра, общительна, обладает прекрасной памятью и чувством юмора: Несмотря на столь почтенный возраст, она бодра, общительна, обладает прекрасной памятью и чувством юмора* (Единство, 2021, 15 мар.); *классные женщины пенсионного возраста: В Беларуси очень много классных женщин пенсионного возраста* (Комсомольская правда, 2021, 17 мар.); *люди начитанные, любящие театр и кино, интеллектуалы: Люди третьего возраста – это люди с высшим образованием, люди начитанные, любящие театр и кино, интеллектуалы* (Аргументы и факты, 2021, 19 мар.).

Толерантность также может быть определена от обратного: по отсутствию маркеров интолерантного отношения, при условии, что интолерантных смыслов нет и в подтексте сообщения. В большинстве статей вышеупомянутых маркеров и смыслов обнаружить не удалось.

Проанализировав статьи белорусских газет, можно сделать вывод, что пресса постепенно стремится искоренять интолерантное отношение к пенсионерам. Это делается и в связи с всемирной тенденцией к распространению толерантности в обществе, и с целью завоевать уважение всех социальных групп.

М. Трубникова

СИНТАКСИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ПОСТРОЕНИЯ КЛИКБЕЙТ-ЗАГОЛОВКОВ

Каждый день публикуется более 2 миллионов текстов. В условиях информационной перегрузки и сокращения продолжительности концентрации внимания человека до 6 секунд авторам текстов необходимы инструменты, позволяющие вызвать немедленный интерес аудитории к тексту. Одним из таких инструментов является *кликбейт* – заголовок интригующего или провокационного характера, который побуждает пользователя к действию, прописанному автором текста.

В ходе данного исследования был выполнен анализ синтаксиса более 70 кликбейт-заголовков развлекательных статей на русском языке. В результате были выделены синтаксические модели построения кликбейт-заголовка. Самыми частотными среди них являются следующие модели.

1. Числительное + существительное + *которые...* Такая модель заголовков используется в статьях развлекательного характера, в которых перечисляются некоторые предметы, личности, события и т. д. Такие заголовки, как правило, имеют нейтральную эмоциональную окраску, а статьи не несут значительной информационной нагрузки: *«10 героинь сериалов, которых обожают все мужчины»*, *«5 звезд-грязнуль, от которых неприятно пахнет»*.

2. Существительное во множественном числе + *которые...* По распространенности данная модель не уступает предыдущей, сферы использования данных моделей заголовка также сходны. Тем не менее вторая модель является менее эффективной, поскольку, не имея представления о длине статьи, читатель не готов тратить на нее время: *«Самые нелепые промахи в одежде: животы надорвете»*, *«Знаки зодиака, в которые влюбляются мужчины»*.

3. Цитата + факт. Заголовок начинается с краткой цитаты героя, вырванной из контекста, после которой следует основной посыл статьи. Данная модель применяется в заголовках к интервью или статьям, посвященным событию в жизни героя статьи: *«BTS шокировали Шугу поздравлением на день рождения: «Как можно было такое сделать?»*», *«На Манижу обрушился жесткий хейт: “Более ужасного выбора в России никогда не было”»*.

4. Существительное с семантикой группы, аудитории + глагол с семантикой удивления, неожиданности + факт. Такие заголовки, как правило, преувеличивают или заметно искажают суть текста. Через компонент с семантикой группы адресуется потребность человека в принадлежности к группе, а компонент с семантикой удивления разжигает интерес читателя: *«Ученые в шоке: миллиарды неизвестных вирусов обнаружили в нефти»*, *«Говорят, что Путин-то – не настоящий: как изменился президент с 2004 года»*, *«Фанаты обнаружили у Чонгука и Арианы Гранде парные татуировки: между ними точно что-то есть!»*.

Несмотря на распространенность кликбейта как способа привлечения внимания, данный прием не теряет эффективности. Более глубокое понимание принципов кликбейта позволит авторам текстов эффективнее воздействовать на свою аудиторию и привлекать новых читателей.

Я. Ярошевич, К.О. Некипелова

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ИНТЕНСИВНОСТЬ КУЛЬТУРНОГО ШОКА

Взаимодействие с новой культурой для человека является сложным процессом и сопровождается определенным периодом адаптации, который у всех людей проходит по-разному. Стрессовая реакция на иную культуру получила название *культурный шок*. В данной работе представлены результаты опроса, целью которого было выявление факторов, влияющих на интен-

сивность культурного шока. В опросе приняли участие 27 студентов-иностранцев из 13 стран (Китай, Армения, Азербайджан, Бельгия, Турция, Россия, Украина, Латвия и др.) в возрасте от 19 до 34 лет, количество мужчин и женщин среди которых примерно равно.

Проанализировав результаты опроса, мы пришли к следующим выводам. С точки зрения полового признака девушки реагируют на контраст в культуре более эмоционально, и период культурного шока у них длится дольше. Значительная часть молодых людей сталкивается с такими проблемами, как ведение домашнего хозяйства, выбор продуктов в магазине, распределение бюджета и приготовление пищи. 48 % студентов испытывали или все еще испытывают трудности, связанные с проживанием в Беларуси. 52 % иностранных студентов столкнулись с проблемами в учебе, что во многом связано с недостаточным уровнем знания русского языка. Также многим из студентов трудно адаптироваться к местным климатическим условиям.

Значительная часть студентов столкнулась со сменой настроения, сильной усталостью и бессонницей, у некоторых появились вредные привычки. Эмоциональное состояние иностранцев варьируется от времени, проведенного в стране. Для тех студентов, которые обучаются в Беларуси уже более полугода лет, характерно радостное настроение. Те, кто находится в Беларуси на протяжении более короткого периода времени, на данный момент испытывают тревогу и грусть. Однако в настоящее время 74 % иностранных студентов находятся в хорошем расположении духа.

Одним из немаловажных факторов, влияющих на социокультурную адаптацию человека в новой среде, является отношение местного населения к иностранным гражданам. 41 % студентов иногда сталкиваются с негативным отношением со стороны местного населения. Следует отметить, что данная проблема характерна для студентов из Китая, Азербайджана, Армении и Турции, что указывает на многочисленные культурные различия между регионами. В свою очередь, мы попросили студентов рассказать, как, на их взгляд, можно оптимизировать период адаптации иностранцев. И лучшим предложением стало создать центр, который был бы ориентирован на оказание помощи студентам-иностранцам при необходимости.

Таким образом, мы пришли к выводу, что на интенсивность культурного шока среди студентов-иностранцев влияют следующие факторы: гендер, период нахождения в стране, знание местного языка, культурная дистанция между странами.

ПЕРЕВОД И ОБУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДУ

Р. Алексейченко

КОНЦЕПТ «ГЕРОЙ» В РУССКОЯЗЫЧНОМ И АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ

Одним из актуальных направлений исследований современной лингвистики является сопоставительный анализ и описание языковых концептов. Исследования концептов позволяют рассмотреть специфические национально-культурные аспекты картины мира конкретной нации через их отражение в языке. Цель исследования состоит в выявлении особенностей актуализации концепта «герой» в русском и английском художественном дискурсах.

Материалом исследования послужили 70 контекстов из художественных произведений (в прозе и поэзии) на английском и русском языках со словами *герой* и *hero*, а также словарные статьи из англо- и русскоязычных толковых словарей для выявления понятийных признаков данных концептов.

Проведенный анализ актуализации концепта «герой» / “hero” позволяет сделать следующие выводы.

1. Художественный концепт – единица когнитивного уровня, представленная различными языковыми художественными средствами, которая отражает национально-культурную и индивидуально-авторскую картину мира.

2. В русско- и англоязычном художественном дискурсах художественный концепт «герой» подразумевает физически развитого человека, наделенного положительными качествами, который обычно является участником театра военных действий, где и погибает, борясь во благо других людей. Однако этот понятийный признак не является определяющим в анализируемом материале.

3. Как в русскоязычном (70 %), так и в англоязычном художественном дискурсе (55 %), превалирует актуализация концептов «герой» / “hero” в значениях ‘действующий персонаж произведения’, ‘главное действующее лицо в литературном произведении’.

4. В русскоязычном художественном дискурсе слово *герой* в значении ‘участник войны’ упоминается гораздо чаще, чем в англоязычном художественном дискурсе (25 % против 5 %). В англоязычных художественных произведениях концепт “hero” репрезентируется в связи с деятельностью спортсменов и атлетов, что не было отмечено в русскоязычном художественном дискурсе. В англоязычном дискурсе встречаются также примеры, в которых концепт «герой» ассоциируется не с солдатом, а с человеком другой профессии и рода деятельности, что, например, можно найти в произведении С. Сассуна «Поэт как герой».

5. Анализ актуализации концептов «герой»/“hero” в литературных произведениях на русском и английском языках подтвердил существование общего понятийного признака анализируемых концептов в обоих языках: ‘человек, обладающий усердием, целеустремленностью, решимостью, желанием идти до конца, до победы’, что характерно как для военных, так и для атлетов и для людей других профессий.

П. Аллахвердов

ПУТИ ДОСТИЖЕНИЯ АДЕКВАТНОСТИ ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Ключевыми критериями оценки качества перевода являются его эквивалентность и адекватность, важную роль в достижении которых играет правильность передачи терминов на языке перевода, соблюдение жанрово-стилистической нормы, а также эффективное использование лексических и грамматических трансформаций. Все эти факторы особенно важны при переводе научно-технических текстов.

Научный стиль характеризуется логичностью построения предложений, смысловой точностью, информативной насыщенностью, объективностью при изложении материала и скрытой эмоциональностью. При переводе научных текстов следует соблюдать принцип унификации терминологии, избегать неточностей и как можно реже прибегать к описательному переводу.

При переводе терминов необходимо учитывать контекст, поскольку многие термины имеют более одного значения, один и тот же термин может иметь различное значение в разных областях науки и техники или даже в пределах одной отрасли. Например: термин *offset* в текстах по машиностроению переводится как ‘отверстие’, в металлургии – ‘ответвление’, ‘смещение’, в строительстве – ‘отклонение’, ‘обходное звено’, в компьютерной технике – ‘регулировка’, ‘рассогласование’. Даже в пределах одной области знаний встречаются значительные смысловые различия терминов. Термин *offset* в текстах по нефтехимии трактуется очень неоднозначно – ‘дистанция’, ‘непродуктивная скважина’, ‘спускной желоб’, ‘коррекция’, ‘отвод’ и т.д.

К сожалению, словари не успевают за развитием науки и техники, поэтому отсутствие в них необходимых терминов – обыденность, с которой приходится мириться. В теории перевода есть методы для перевода безэквивалентной лексики, которые успешно применяются профессиональными переводчиками: транслитерация, калькирование и метод описательного перевода. Транслитерация и транскрибирование позволяют воспроизвести иностранное слово при помощи его графической формы (*browser* ‘браузер’, *V-block* ‘виблок’). При методе калькирования производится перевод слова или словосочетания по частям с последующим соединением переведенных частей (*absolute scale* ‘абсолютная шкала’). Метод описательного перевода

заключается в передаче значения иностранного слова при помощи более-менее распространенного объяснения (*code auditor* ‘автоматическое средство контроля качества программы’).

Различие терминосистем – причина наибольших трудностей в переводе научно-технических текстов. Поэтому при выборе переводческой стратегии следует обратить внимание на стандартную, общепринятую терминологию, поскольку выбор официально зафиксированных обозначений представляет собой наиболее надежную стратегию.

Таким образом, для создания качественного адекватного перевода научно-технического текста необходимо придерживаться не только стилистической нормы, но и эффективно использовать все имеющиеся методы перевода.

А. Алхимик

ЛОКАЛИЗАЦИЯ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЫ В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

В лингвистике существует понятие *локализация*, которое пришло благодаря распространению Интернета. Очень часто понятие *локализация* сопоставляют с понятием *перевод*, считая, что это одно и то же. Тем не менее ассоциация LISA (Localisation Industry Standards Association), занимающаяся объединением заказчиков и локализаторов, утверждает, что локализация относится к адаптации содержания продукта, программы или документа к языковым соответствиям, культурным и другим требованиям определенного целевого рынка.

Существуют следующие виды локализации (по нарастанию глубины): 1) бумажная локализация; 2) поверхностная локализация; 3) экономичная локализация; 4) углубленная локализация; 5) избыточная локализация; 6) глубокая локализация.

Перевод и локализация игры напрямую связаны с жанром этой самой игры, и, хотя не существует четких границ между жанрами, разработчики компьютерных игр выделили некоторые разграничения между ними: шутеры, платформеры, RPG, стратегии. В данной работе рассматриваются особенности локализации для игр жанра RPG.

RPG – жанр компьютерных игр, базирующийся на деталях игрового процесса классических настольных игр. В RPG игрок управляет одним или же несколькими персонажами, любой из коих описан набором численных данных, перечнем возможностей и умений; примеры этих данных: характеристики силы, ловкости. Игры жанра RPG полагаются на обдуманый сюжет и обширный игровой мир.

Игры наполняют аллюзиями или *пасхалками* (*Easter Egg*). Для перевода таких отсылок также нужно обладать обширными фоновыми знаниями. Далее будет приведен пример из вселенной *Dragon Age*.

Отперев дверь, чтобы освободить королеву Анору (одетую в доспехи), игрок может выбрать одну из представленных реплик, среди которых: *Aren't you a little short for a guard?* (*Не низковат для стражника?*). Это отсылка к «Звездным войнам: Новая надежда», когда Лея видит Люка в похожей ситуации.

Зачастую создатели игр дают имена персонажам, вкладывая в них смысл, ссылаясь на что-либо. Так, например, *Morrigan*, встречающаяся во вселенной *Dragon Age*, по-ирландски означает 'великая королева', а сама ее личность отсылает к персонажу *Моргана* из "Короля Артура". Данный персонаж не очень хорошо знаком русскоязычному игроку, поэтому можно перевести на более приближенный русский лад – *Марья Моревна* (дочь Бабы Яги), но в данном случае лучше отказаться от этой идеи ввиду того, что вселенная игры отсылает игроков к Византийской империи и французскому Средневековью.

М. Альшевская

ПРИЕМЫ ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Художественный текст – это воплощение творческого замысла, такой текст несет в себе разные виды информации и отражает культурную, языковую и историческую картины мира. Главной задачей переводчика при художественном переводе является не просто передача текста с языка оригинала на переводящий язык, но и передача эмоциональной нагрузки текста и настроения, которое автор вложил в свое произведение.

Можно выделить основные требования, которым должен соответствовать качественный перевод художественного текста: точность, краткость, ясность, литературность.

Реалии – это слова (и словосочетания), называющие объекты, характерные для жизни одного народа и чуждые другому. Будучи носителями национального и/или исторического колорита, они, как правило, не имеют точных соответствий в других языках и, следовательно, не поддаются переводу на общем основании, требуя особого подхода.

Проблема передачи реалий одна из самых сложных задач. Способы перевода реалий.

1. Транскрипция и транслитерация – передача звуковой формы реалии, средствами языка перевода.
2. Калькирование. Части слова или словосочетания переводятся при помощи их прямых соответствий.
3. Полукалька. Часть слова или словосочетания будет переведена с помощью транскрипции, а другая – с помощью калькирования.

4. Освоение. Адаптация реалии к языку перевода, т.е. новое слово должно быть переведено так, чтобы казаться «своим» для получателя перевода.

5. Семантический неологизм. «Выдумывание» нового слова переводчиком, но это слово не будет иметь этимологической связи с оригиналом.

6. Приближенный перевод:

а) родо-видовая замена – генерализация;

б) функциональный аналог – использование похожего аналога, который вызовет у получателя перевода ту же реакцию, что и оригинал;

в) описательный перевод – толкование понятия с помощью средств языка перевода.

7. Трансформационный перевод – перевод с помощью грамматических и/или лексических трансформаций.

8. Замена реалии. Замена реалии языка оригинала на реалию языка перевода.

А. Ануфриенко

«ЛОЖНЫЕ ДРУЗЬЯ ПЕРЕВОДЧИКА» ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ОДЕЖДА»: ЭТИМОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Наше исследование посвящено выявлению схожих и различных значений в структуре словарных дефиниций «ложных друзей переводчика» (ЛДП) тематической группы «Одежда», а также рассмотрению этимологических путей появления межъязыковых омонимов в русском и немецком языках.

Для исследования ЛДП в рамках темы «Одежда» были выбраны 16 пар слов немецкого и русского языков из Словаря «ложных друзей переводчика» К. Г. М. Готлиба методом сплошной выборки и составлены обобщенные толкования для каждого члена пары. При анализе словарных дефиниций было выявлено, что из исследуемых пар ЛДП 43,75 % пар имеют некоторые схожие значения. Например, пара слов *der/das Mannequin* – *манекен* имеет общее значение ‘кукла в рост человека или фигура в виде человеческого туловища для показа одежды (в магазинах, ателье и т.п.) или для примерки одежды при шитье’. Необходимо уточнить, что наличие одного или нескольких совпадающих значений не исключает пару слов из системы межъязыковой омонимии. 56,25 % пар слов, в свою очередь, схожих значений не имеют.

Этимологический анализ материала показал наличие большого количества заимствований из французского языка (56,3 % для немецкого языка и 37,5 % для русского языка соответственно), например, *гардероб*, *жакет*, *костюм*. Значительна доля заимствований из немецкого языка (37,5 % для русского языка) и исконно немецких лексем (12,5 % для немецкого языка), например, *кант*, *китель*, *галстук*. Другими языками-донорами изучаемых лексем являются: арабский, польский, голландский, персидский, латинский.

Следует отметить, что русско-немецкие межъязыковые омонимы могут появляться различными путями: 1-й путь – заимствование из немецкого языка (*рейтузы, гарнитур*), 2-й путь – заимствование из разных языков, например, *der Schal* (персидский) – *шаль* (польский). По 3-му пути оба слова в паре заимствуются из «третьего языка», например, *der Trikot* – *трико* (французский). Для многих заимствованных по третьему пути слов исследуемой тематической группы такой «третьей стороной» стал французский язык. Было выяснено, что существует корреляция между наличием общих значений ЛДП и путем заимствования. Наличие общих значений ЛДП коррелирует с 1-м и 3-м путями заимствования, расхождения в значениях коррелирует с 1-м и 2-м путями заимствования.

А. Баранова

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА СПЕЦИАЛЬНОГО ДИСКУРСА

Английский и русский языки различны по своей структуре и системе образов, поэтому правильный перевод специальных текстов часто становится нелегкой задачей. К основным трудностям можно отнести многозначность слов в специальном дискурсе, особенности перевода фразовых глаголов, грамматические структуры, которые принято использовать в научных и технических текстах и т.п.

Рассмотрим пример из текста, посвященного роскошной жизни и благосостоянию: *Coffee, chocolate, men. Some things are just better rich.* – *Кофе, шоколад, мужчины. Некоторые вещи должны быть высшего сорта.*

В английской фразе использована игра слов. Слово *rich* может переводиться с английского языка как ‘богатый’, ‘насыщенный’. В русском языке нет слова, которое одновременно имеет те же значения и которое можно было бы равнозначно использовать в отношении кофе, шоколада и мужчин. Желая сохранить каламбур, легкий цинизм и лаконичность, переводчик вынужден подстраиваться под структуру родного языка, хотя без описательных конструкций эффект теряется.

Специальные тексты изобилуют существительными и другими номинативными конструкциями, которые формируют полные предложения за счет использования фразовых глаголов с предлогами и послелогоми, например, *to look* ‘смотреть’, *to look after* ‘заботиться о чем-либо или ком-либо, отвечать за что-то’.

В английских фразовых глаголах используется определенное управление, которое регулируется предлогами и поствербами. Правильность перевода иногда определяется контекстом: *to give back* ‘отдавать’, ‘выплачивать кредит’, ‘передавать сообщение с получением ответа’ и т.д.

Переводчик должен помнить о фиксированном порядке слов в английском языке и делать все возможное для недопущения косноязычных фраз в русском языке. Такие грамматические конструкции английского языка, как

сложное дополнение, страдательный залог, косвенная речь, всегда вызывают трудности в специальном переводе, например, в английском языке предложения с оборотом *there is/ there are* используются часто в научных текстах, а в русском переводе необходимо преобразовывать предложения в безличные, неопределенно-личные, переводить с помощью приема добавления или смыслового развертывания, которые предполагают употребление смысловых глаголов.

Таким образом, говоря о трудностях перевода специального дискурса, следует обращать внимание не только на лексические особенности (терминология, профессионализмы и т.п.), но и на грамматические особенности, присущие научным, техническим и научно-популярным текстам.

Е. Бардашевич

ОСОБЕННОСТИ АКТУАЛИЗАЦИИ СПОРТИВНОЙ МЕТАФОРЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ, ОСВЕЩАЮЩЕЙ ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА США 2020 ГОДА

Агональность (от. греч. *Agnia* ‘борьба’) полностью охватывает области существования людей, являясь фактически соревнованием за первенство и доминирование. Спортивная тематика, предполагающая борьбу и соперничество, является универсальным средством для метафорического переосмысления сферы президентских выборов.

Метафорическая модель «выборы – это соревнования» представляет собой актуализированное понятийное поле в американском политическом предвыборном дискурсе. Точка соприкосновения политического дискурса со спортивно-игровым – элемент состязательности, борьбы, жесткой конкуренции, который проявляется как непрекращающийся диалог-поединок между партией власти и оппозицией, как марафон (*marathon*), т.е. бег на самую протяженную в спорте дистанцию: *Running for president of the United States is a marathon* ‘Выборы президента в Соединенных Штатах – это марафон’.

В соответствии с традиционным пониманием спортивных состязаний, их участники должны быть объединены в команды. Такие метафоры, как *campaign team* ‘предвыборная команда’ или *Biden’s team* ‘команда Байдена’, концептуализируют выборы как командный вид спорта: *Hours after president Trump’s campaign announced an enormous cash influx of \$131 million last month, Joe Biden’s team said it had brought in even more* ‘Через несколько часов после того, как предвыборная команда президента Трампа объявила об огромном притоке наличных средств в размере 131 миллиона долларов в прошлом месяце, команда Джо Байдена заявила, что она инвестировала еще больше’.

СМИ подробно комментируют расстановку сил в президентской гонке, начиная с самого старта, в попытке предсказать вероятный результат или поставить на кого-нибудь из соперников, что реализуется через спортивную лексику, метафоризованную через модель «выборы президента – это война»,

и обусловлено конкурентным характером политической культуры современного американского общества: *US election results: Biden closes in on Pennsylvania and victory as Trump fights on* ‘Результаты выборов в США: Байден близок к успеху в Пенсильвании и победе, в то время как Трамп продолжает борьбу’.

Понятие поражения реализуется посредством следующих лексических единиц: *concede the race, acknowledge the defeat* ‘признать свое поражение в гонке’, *defeated rival* ‘потерпевший поражение противник’, *to lose* ‘проиграть’: *Donald Trump is showing no signs of conceding, after Joe Biden was declared the winner of the US presidential election* ‘Дональд Трамп не собирается признавать свое поражение после того, как Джо Байден был объявлен победителем президентских выборов’.

В соответствии с семантикой сферы-источника, метафорическое состязание ведется на территории всей страны по заранее разработанной стратегии.

Е. Барташевич

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА МЕДИЦИНСКИХ ТЕРМИНОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Термин – это номинативная специальная лексическая единица, принимаемая для точного наименования понятий.

Современная медицинская терминология – совокупность медицинских и парамедицинских терминов, сложившихся в результате многовекового развития мирового врачевания и медицинской науки, которая до сих пор динамично развивается. В медицинской терминологии можно выделить две части: специальную терминологию и общеупотребительную.

Медицинский перевод является особым видом специального перевода и одним из наиболее сложных ввиду наличия полисемии и омонимии терминов, большого количества аббревиатур, метафор, эпонимических терминов.

Как известно, английский язык склонен к компрессии, поэтому в текстах медицинской тематики используется большое количество аббревиатур. Особую трудность представляют аббревиатуры латинского происхождения, например, *a.c.* ‘перед едой’, *b.i.d.* ‘два раза в день’, а также омоакронимы (сокращённые единицы, по фонетической структуре совпадающие с общеупотребительными словами), такие как *TOP* (*Termination of pregnancy*) ‘прерывание беременности’, *BEST* (*Blitz electroshock therapy*) ‘электрошоковая терапия’. Основными способами перевода акронимов на русский язык являются: 1) транслитерация; 2) заимствование акронима в исходном виде (на иностранном языке); 3) создание аббревиатуры из русских терминов.

Еще одной лексической особенностью текстов медицинской тематики являются эпонимные термины – составные термины, одним из элементов которых является имя собственное, например, *Paganini syndrome* ‘Синдром

Паганини'. Следует отметить, что такие термины подвержены синонимии и часто имеют синоним в виде абсолютного термина: *Down syndrome (trisomy 21)* 'Синдром Дауна (трисомия по хромосоме 21)'. На русский язык эпонимные термины обычно переводятся двумя способами: 1) с сохранением имени собственного: *Hoffman's reflex* 'рефлекс Гоффмана'; 2) описательным переводом без сохранения имени собственного: *Guérin's fracture* 'перелом верхней челюсти'.

Таким образом, медицинские тексты обладают определенными лексическими особенностями, которые могут варьироваться в зависимости от функции и цели текста. Главная особенность медицинского перевода как подвида специального перевода – стремление к максимальной однозначности и недвусмысленности, поэтому медицинский перевод по праву считается одним из самых востребованных и сложных видов перевода.

К. Белова

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ДИСКУРСА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Научно-популярные тексты имеют ряд лексических особенностей, обусловленных отношением к определенной области знаний и целью коммуникации.

Так как научно-популярная литература рассчитана на массового читателя, в ней ярко проявляется прагматический аспект – направленность на определенный тип читателя. Прагматический аспект представляет собой отношение между отправителем и получателем информации.

В процессе перевода осуществляется прагматическая адаптация исходного текста. Перед переводчиком стоит выбор, какие переводческие приемы задействовать для достижения полного понимания получателями текста перевода. Существуют некоторые способы адаптации ИТ:

- добавление и опущение:

Throughout all of history, people have looked up at the night sky and wondered about the universe and how it came to be. – На протяжении всей истории земли люди постоянно смотрели на ночное небо и задумывались над тем, как же все-таки появилась Вселенная;

- генерализация:

Chocolate is believed to taste sweeter from a pink packet. – Считается, что шоколад в розовой упаковке слаще;

- конкретизация:

There have also been registered changes to the amygdala. – Также были зарегистрированы изменения в амигдале – миндалевидном теле;

- антонимический перевод:

As winter ends, cases of seasonal flu dwindle in the northern hemisphere. – В северном полушарии с приходом весны количество болеющих сезонным гриппом сокращается.

Таким образом, при переводе научно-популярных текстов специалист должен понимать уровень владения целевой аудиторией специальными терминами, которые используются в текстах, применять соответствующие приемы перевода (трансформации) для адаптации текста.

С. Белькевич

ПОЛИТКОРРЕКТНОСТЬ В ПЕРЕВОДЕ: ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННАЯ ЛЕКСИКА И СПОСОБЫ ТРАНСКОДИРОВАНИЯ

Появление относительно нового лингвокоммуникативного феномена – политкорректности – связано с глобальными демократическими изменениями, требующими избегать высказываний, которые могли бы обидеть или вызвать раздражение у человека, участвующего в коммуникации как объект (адресат).

Политкорректность (от англ. *politically correct*) – это практика прямого или косвенного запрещения выражения определенных мнений, публикации фактов, использования слов и выражений, считающихся оскорбительными для определенных социальных групп, выделяемых по признаку расы, пола, возраста, религии, сексуальной ориентации и т.д.

Рассмотрим понятие гендерно маркированной лексики. Гендерная маркированность – это комплекс признаков, «позволяющих идентифицировать языковую единицу как относящуюся к тому или иному полу». Исходя из этого, можно сказать, что гендерно маркированная лексика – это лексика, идентифицированная гендером, а именно с позиции фемининности и маскулинности. В сознании носителей разных языков и культур эти категории могут осмысляться не одинаково и ассоциироваться с различными национальными представлениями и стереотипами, которые определяют как отношение общества к мужчинам и женщинам, так и поведение индивидов в связи с принадлежностью к тому или иному полу, что находит отражение в различных видах дискурса, к примеру, *тетушка* – *дядюшка*, *gentleman* – *lady* – ‘джентльмен – леди’.

В настоящее время в русскоговорящем обществе активно заимствуется лексика из английского языка, в том числе и политически корректная лексика. Одними из самых распространенных способов являются транскрипция (транскрипция с элементами транслитерации): *business class* ‘бизнес-класс’ и калькирование: *biological mother* ‘биологическая мать’. Существует политкорректная лексика, которая имеет эквиваленты в русском языке, но их количество ограничено, например, *indigenous people* ‘коренное население’.

Иногда используются частичные соответствия, которые, как правило, не являются словарным соответствием: *disabled/physically impaired/ physically challenged people* ‘люди с ограниченными возможностями’.

Для переводчика важно осознавать, что особых проблем при переводе политически корректных лексических структур с английского языка на русский не возникает, а вот при переводе с русского языка на английский данный аспект должен постоянно находиться в поле зрения переводчика, особенно при работе со словами, обозначающими профессиональную и этническую принадлежность или принадлежность к определенной социальной группе.

Е. Бельчикова

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ЛИТЕРАТУРНОЙ АНТИУТОПИИ (на материале романов Дж. Оруэлла)

Художественный перевод рассматривается исследователями как особое направление переводческой деятельности. Его основная сложность заключается не в передаче смысла, а в передаче уникального авторского стиля произведения, его эстетики, богатства языковых средств, а также атмосферы, юмора, характера и настроения, заложенных в тексте. По мнению многих специалистов в области перевода, художественный перевод является самым сложным видом переводческой деятельности.

Для антиутопии как самостоятельного литературного жанра характерен набор специфических признаков, которые отличают ее от других направлений: противопоставление утопии, карнавализация, эксцентричность, необычность главного героя, ритуализация жизни, регламентация интимной сферы, конфликт личности и социальной среды через образ главного героя, аллегоричность, наличие элементов условности, метафоричности, фантастики, локализация событий во времени и пространстве, абсолютный страх, мотив недовольства, монофакторная природа произведения, квазиноминация.

Так, например, при описании здания, в котором располагается министерство правды, Дж. Оруэлл сравнивает его с крепостью, а окна – с бойницами:

The sun had shifted round, and the myriad windows of the Ministry of Truth, with the light no longer shining on them, looked grim as the loopholes of a fortress.

Анализ приемов, используемых переводчиком при передаче литературной утопии с английского на русский язык, позволили выделить основные грамматические и лексические трансформации. К наиболее часто используемым грамматическим трансформациям относятся: замена артикля, замена частей речи, трансформации видовременных форм, изменение состава членов предложения, замена простого предложения сложным и дробление сложной

конструкции на простые. Среди лексических трансформаций следует отметить конкретизацию и генерализацию значений, смысловое развитие, антонимический перевод, описательный перевод.

Что касается перевода артикля, *the* в следующем предложении реализует определенную прагматическую информацию – указание на то, что в доме везде висел один и тот же портрет. По этой причине автор перевода использовал замену и добавление для его передачи на русский язык: *On each landing, opposite the lift-shaft, the poster with the enormous face gazed from the wall.* – На каждой площадке со стены глядело **все то же** лицо.

Я. Бойко

ТЕРМИНОЛОГИЯ СФЕРЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СПЕЦИФИКА ЕЕ ПЕРЕВОДА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Актуальность выбранной темы объясняется глобальной цифровизацией многих отраслей промышленности и появлением в сфере информационных технологий вместе с активным развитием самих технологий новых терминов.

Цель данной работы состоит в выявлении особенностей терминологии сферы ИТ и определении специфики ее перевода на русский язык.

Для развития терминологии сферы ИТ характерны особенно быстрые темпы. Здесь постоянно появляются новые программы и технологии, для названия которых используются термины-неологизмы. Перевод таких терминов подразумевает наличие узких знаний и осведомленности о новых продуктах и технологиях в области ИТ, которая характеризуется быстрой утратой одних терминов и стремительным появлением новых.

Методом сплошной выборки были отобраны 65 примеров употребления специализированной терминологии в текстах, касающихся сферы ИТ. Проведя переводческий анализ, мы выделили следующие способы перевода терминов: калькирование, транслитерация или транскрипция, описательный перевод, добавление и гибридный способ перевода.

Наиболее распространенный метод перевода – калькирование. Обнаружено 28 примеров: *hyperlink* ‘гиперссылка’, *antivirus program* ‘антивирусная программа’, *archived file* ‘архивный файл’, *solid-state drive* ‘твердотельный накопитель’.

Транслитерация или транскрипция наблюдаются в 23 примерах: *spam* ‘спам’, *online* ‘онлайн’, *cyberbullying* ‘кибербулинг’, *adapter* ‘адаптер’, *printer* ‘принтер’.

Интересно отметить, что некоторые транскрибированные или транслитерированные термины используют продуктивные модели словообразования русского языка, чаще суффиксальный способ: *repost* ‘репостить’, *fix* ‘фиксировать’, *code* ‘кодировать’.

Описательный перевод был обнаружен в 7 примерах: *cobweb site* ‘сайт, который давно не обновлялся’, *blockchain* ‘распределенный цифровой реестр’.

Добавление выявлено в 5 примерах: *product owner* ‘ответственный за разработку продукта’, *login attempt* ‘попытка входа в систему’.

Также некоторые термины были переведены гибридным способом, путем сочетания нескольких трансформаций: *cache memory* ‘кеш-память’ (калькирование с элементами транскрипции), *frame rate* ‘частота смены кадров’ (калькирование с элементом добавления).

Проведенный анализ показал, что наиболее употребляемым способом перевода терминов сферы IT является калькирование, следом за ним идут транслитерация или транскрипция и описательный перевод.

А. Буснюк

ПЕРЕДАЧА ИМЕН СОБСТВЕННЫХ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ

В ходе исследования был проведен анализ перевода имен собственных (ИС) в одиночных играх с английского языка на русский на примере видеоигры *The Wolf Among Us*.

Имена собственные – неотъемлемая часть любого художественного произведения, к которым относятся и одиночные сюжетные игры. В этом можно убедиться, рассмотрев текст одиночных игр подробнее: в нем есть образность, метафоры и импликации.

Поскольку ИС зачастую отражают авторский замысел, универсального способа их перевода нет. Основные методы: транскрипция, транслитерация, транспозиция, калькирование, полкукалька, трансформация. Некоторые из этих методов были обнаружены при рассмотрении имен собственных из игры *The Wolf Among Us*.

Например: ИС, переведенные методом транскрипции: *Bigby* – *Бигби*, *Bufkin* – *Бафкин*, *Colin* – *Колин*, *Fabletown* – *Фейблтаун*, *Georgie Porgie* – *Джорджи Порджи*, *Grimble* – *Гримбл*, *Holly* – *Холли*, *Ichabod Crane* – *Икабод Крейн*, *Jack* – *Джек*, *Kelsey* – *Келси*, *Lily* – *Лили*, *Nerissa* – *Нерисса*, *Vivian* – *Вивиан*. Этот метод использован с ИС, исполняющими только номинативную функцию, либо с теми, аллюзивность которых была опущена в силу стилистических особенностей (например, название города).

ИС, переведенные методом калькирования и полкукальки: *Beauty* – *Красавица*, *Beast* – *Чудовище*, *Bluebeard* – *Синяя Борода*, *Bloody Mary* – *Кровавая Мэри*, *Butcher* – *Мясник*, *Fables* – *Сказания*, *Faith* – *Вера*, *Flycatcher* – *Мухолов*, *Magic Mirror* – *Волшебное зеркало*, *Rose Red* – *Роза Алая*, *The Crooked Man* – *Скрюченный дядечка*, *Woodsmen* – *Дровосек*. Этот метод использован с ИС, которые выполняют не только номинативную функцию, но и содержат в себе аллюзии и отсылки.

ИС, переведенные методом трансформации: *Pudding & Pie* – *Клуб «Сладкий десерт»*, *Trip Trap* – *Бар «Цокот копыт»*, *The Cut Above* – *Лавка «Отборная вырезка»*. Этот метод использован для передачи названий организаций и заведений. С помощью трансформации переводчик создает нужную ассоциацию, не прибегая к дословному переводу.

Можно сделать вывод о том, что в одиночных играх ИС – сложная система, выполняющая разнообразные функции. Задача переводчика – сохранять вложенный автором смысл. Для этого требуется провести переводческий анализ, распознать, выполняют ли ИС характеризующую функцию, и выбрать подходящий метод перевода.

К. Вакар

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ТРЕНИНГ ПЕРЕВОДЧИКА

Практика по подготовке переводчиков, способных переводить богатую смыслами информацию с одного языка на другой, показывает, что помимо языковых знаний необходимо формирование психологических навыков.

Подготовка будущих переводчиков возможна в рамках предпереводческого тренинга, основанного на опыте практической психологии, что предусматривает выполнение индивидуальных и групповых упражнений, направленных на формирование профессионально важных индивидуально-психологических качеств. Это высокая речевая реактивность, контактность, психическая устойчивость, постоянная включенность внимания.

Психологический тренинг устного переводчика, например, базируется на нескольких принципах.

Принцип активности: если кто-то из обучающихся выполняет задание, остальные должны быть готовы заменить его в любую минуту. Это требует от участников тренинга постоянной концентрации внимания.

Принцип исследовательской позиции: в ходе тренинга участники осознают закономерности реагирования людей, свои сильные и слабые стороны, возможности и особенности. В процессе реализации этого принципа формируется готовность к постоянному самообучению, развивается способность пребывать в неопределенности без напряжения.

Принцип партнерского общения предполагает учет эмоций других участников тренинга, что формирует у будущих переводчиков наблюдательность и способность к распознаванию эмоционального состояния партнеров по общению. Реализация принципа формирует такие качества, как безоценочное принятие другого и индивидуальная ответственность.

Принцип саморазвития: организация тренинга должна быть направлена на формирование у обучающихся установки на постоянную самостоятельную работу. В итоге у будущих переводчиков формируется понимание, что их профессия требует постоянного совершенствования навыков.

К специфике психологического тренинга переводчика можно отнести требование к переводчикам, в отличие от других профессиональных групп, избегать использования невербальных средств коммуникации для выражения трудновербализуемых оттенков значений. В то же время он должен все время поддерживать невербальный контакт и с теми, чью речь он переводит, и с теми, для кого он это делает.

И. Верич

ЛОКАЛИЗАЦИЯ ВЕБ-КОНТЕНТА

Локализация – это разновидность переводческой деятельности в виде культурной и лингвистической адаптации продукта в сфере информатики, кибернетики и смежных с ними науках.

Приоритетной задачей локализации является как языковая, так и культурная адаптация продукта к территории его распространения посредством различных компьютерных программ. Для выполнения данной задачи требуется решение 2 исследовательских задач:

- 1) изучение специфики компьютерного дискурса;
- 2) изучение и внедрение таких моделей перевода, которые акцентируют внимание на передачу в тексте перевода культурологических аспектов смысла.

Человек, занимающийся локализацией, должен сочетать знания переводчика и инженера, разбираться не только в программном обеспечении, но и в аппаратном, владеть профессиональной лексикой, необходимыми информационными средствами, чтобы разбираться в материалах, которые нужно будет локализовать, например, изменять меню, изображения, окно сообщения и т.п.

Существует три уровня локализации:

- 1) поддержка языка и национальных стандартов – это необходимый минимум, чтобы программа могла выполнять свои функции в другой стране (вывод на экран символов языка, ввод текста, алфавитная сортировка, строковые операции и т. д.);
- 2) перевод интерфейса программы на целевой язык, чтобы пользователь понимал, как пользоваться той или иной программой;
- 3) тщательная настройка под каждую страну, в которой необходим запуск приложения (работа со словоформами, дополнительные стандарты, не влияющие на основную функциональность программы, учет национального менталитета и т.д.).

К. Виршич

МНЕМОТЕХНИКА: ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ, АКТУАЛЬНОСТЬ

В процессе работы устный переводчик сталкивается с необходимостью выполнения нескольких задач: запоминание исходной информации, быстрая активизация фоновых знаний, соответствующее понимание сообщения и непосредственно перевод. Решающую роль зачастую играет принцип организации знаний и эффективный способ запоминания.

Чтобы повысить продуктивность запоминания, можно прибегнуть к мнемотехнике. Мнемотехника представляет собой совокупность специальных приемов и способов, облегчающих запоминание нужной информации

и увеличивающих объем памяти путем образования ассоциаций и связей: замена абстрактных объектов и фактов на понятия и представления. Мнемоническое запоминание состоит из четырех этапов: кодирование в образы, запоминание (соединение двух образов), запоминание последовательности и закрепление в памяти. Перечисленные этапы соотносятся с мнемическими процессами памяти, что подтверждает эффективность и актуальность мнемотехники. Мнемотехника позволяет развить качественную и позиционную память, т.е. запоминание большого объема информации и порядка следования единиц информации.

Связь между процессами понимания и сохранения информации в памяти показывает, насколько важно учитывать принципы функционирования памяти при подготовке переводчиков. Запоминание определенного материала связано с накоплением индивидуального опыта в процессе жизнедеятельности. Приемы мнемотехники находят применение в области устного последовательного перевода, т.к. при синхронном переводе задействована преимущественно память кратковременная.

И. С. Алексеева рекомендует следующие упражнения: слова, ряды чисел, топонимы, имена, реалии-деньги и реалии-меры, мнемобразы, мнемостиhi, «снежный ком». Обучение мнемотехнике для устного перевода способствует развитию памяти, внимания, воображения, а также формируют важные переводческие навыки. Навык переключения, который позволяет за минимально короткое время находить эквивалент в языке перевода, признан одним из ключевых в переводческой деятельности. Крайне важна способность не заикливаться на единицах и структуре языка, а прибегать к символам не только во время скорописи, что позволяет оперировать понятиями. Второй выделенный навык лежит в основе процесса понимания сообщения и позволяет переводчику осуществить адекватную передачу исходной информации на другой язык, учитывая ситуацию речевого общения.

М. Гаенкова

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ И ОБРАЗНОСТИ В МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕКСТАХ: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В настоящее время маркетинговые или рекламные тексты являются одной из самых востребованных и распространенных форм существования языка, поскольку реклама присутствует во всех видах СМИ. Эффективность англоязычной рекламы достигается правильным подбором языковых средств выразительности и образности при переводе текста на язык потребителя. Целью исследования по указанной теме является определение основных принципов перевода англоязычных маркетинговых текстов и анализ приемов и методов создания выразительности и образности в русскоязычных переводных текстах.

Маркетинговый текст – это обращенное к основной аудитории сообщение, созданное для продвижения предложений, услуг, товаров. Основными стилевыми принципами маркетингового текста выступают убедительность, краткость, оригинальность, простота и доходчивость. Лексике маркетингового текста присуща выразительность, экспрессивность, эмоциональная окрашенность, оценочность. Семантика подавляющего большинства слов положительна. Наиболее употребляемыми видами лексики являются оценочная, экспрессивная и эмоционально-чувственная, где оценочная лексика подчеркивает привлекательные качества рекламируемого товара, а экспрессивная и эмоционально-чувственная, в свою очередь, вызывает определенные эмоции у потребителя к своему продукту или услуге.

Средства выразительности используются переводчиками для обеспечения адекватного перевода и формирования более эффективного и запоминающегося образа маркетингового текста. В ходе исследования было установлено, что чаще всего применяются атрибутивные конструкции: *This beef patty is topped with **melted garlic herb butter, smoked bacon, Swiss cheese, and creamy sauce*** (Jack in the Box). – *Это фирменная говяжья котлета, покрытая растопленным чесночным маслом, копченым беконом, швейцарским сыром и сливочным соусом*; комплексное преобразование: *Not this, differently not this* (M&M's). – *Хорош, я на это не подписывался!*; антитеза и параллелизм: ***Stop wishing. Start living*** (Meltin' Pot jeans). – ***Хватит желать, начни жить!***; парцелляция: *Power. Beauty. Soul. Aston Martin.* (AstonMartin). – *Мощь. Красота. Душа*; императивная форма глагола: *Ask For More* (Pepsi). – *Бери от жизни все*; юмористические сообщения: *Don't apologize, **it'd be weirder if you weren't drooling right now*** (Jack in the Box). – *Не извиняйся, было бы странно, если бы ты сейчас не пускал слюни*; частое использование сравнительных степеней прилагательных, метафор и эпитетов.

Дополнительным фактором создания образности является также умение креативно интерпретировать задуманный посыл рекламы в русскоязычном варианте с обязательным учетом этнических, традиционных, национальных и социальных особенностей аудитории.

Е. Гарновская

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕРВЬЮ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕЛЕШОУ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

В качестве материала исследования потенциала интервью англоязычных телешоу в аспекте перевода были использованы интервью общим объемом звучания 120 минут.

Изучение интервью англоязычных телешоу в прагматическом аспекте подразумевает, прежде всего, определение языковых средств целенаправленного воздействия как на аудиторию в целом, так и на каждого телезрителя шоу в частности. В ходе ведения интервью коммуниканты преследуют опре-

деленные прагматические цели: завоевание авторитета или желание понравиться, передача партнеру новых знаний, изменение его мировоззрения, создание хорошего настроения и т.д., для достижения которых коммуниканты применяют различные коммуникативные стратегии и тактики.

Анализ коммуникативных стратегий и тактик, используемых ведущими и гостями англоязычных телешоу, показывает, что в их речи чаще встречаются кооперативные, чем конфронтационные тактики. Это обусловлено как форматом самих интервью телешоу, так и тем, что современные принципы эффективной коммуникации требуют гармонизации общения и решения возникших проблем бесконфликтным путем. Следовательно, данный формат не подразумевает высказывания отрицательных оценок.

Для создания качественного перевода интервью телешоу переводчику требуется грамотно применять необходимые переводческие решения – прибегать к прагматической адаптации. В качестве примера можно привести использование в интервью большого количества вводных конструкций и слов, например: *well, listen, you know, I mean*, которые являются маркерами разговорной речи. Они должны переводиться как ‘в общем’, ‘ну знаешь’, ‘я имею в виду’. Стоит отметить, что в речи коммуникантов часто встречается сленг и такие обращения, как *buddy, pal, dude*. При передаче на русский язык их не стоит опускать, а необходимо перевести как ‘приятель’, ‘другище’, ‘братишка’. Такое обилие разговорных единиц свидетельствует об использовании стратегии завоевания авторитета, то есть о желании понравиться, говорить на языке, понятном и доступном простому зрителю телешоу. Опускание данных единиц при переводе может привести к коммуникативной неудаче, так как «сотрет» прагматическое намерение говорящего.

Подводя итог, отметим, что публичные люди имеют навыки выступлений в качестве интервьюируемого собеседника. Они стремятся к тому, чтобы реализовать прагматические цели высказывания и быть максимально понятыми аудиторией, что, в свою очередь, обязательно должен учитывать переводчик для сохранения в переводе посыла и того воздействия, которое должно оказывать на зрителя интервью.

О. Гилеп

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ ХРОНОТОПА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ (на материале рассказов Э. Хемингуэя)

В современных исследованиях литературных текстов активно используется понятие хронотопа. Этот термин, введенный в сферу гуманитарных наук М. Бахтиным, обозначает взаимосвязь пространственных и временных характеристик художественного произведения. Хронотоп является способом отражения действительности с точки зрения автора, поэтому его анализ раскрывает особенности мировоззрения писателя.

В рассказах Э. Хемингуэя ускорение или замедление времени, динамичность пространства понимаются как элементы художественности, которые являются плодами воображения писателя. Художественное пространство несет в себе черты географического пространства, которое отражается в описании реально существующих стран и городов: *a railway station at Karagatch – вокзал в Карагаче; the mountains in Bulgaria – на горах в Болгарии*. При переводе географических названий в основном используется транскрипция с некоторыми элементами транслитерации. Художественное пространство зачастую выступает в роли внутреннего, психологического пространства главного героя. В рассказе «Снега Килиманджаро» воспоминания о прошлом Гарри наполнены сенсорными деталями, отражающими поэтический стиль Э. Хемингуэя: *snow as smooth to see as cake frosting and as light as powder – снег был гладкий, как сахарная глазурь, и легкий, как порошок; What about the ranch and the silvered gray of the sage brush – А ранчо и серебристая седина шалфея*. При переводе приведенных выше лексем, выступающих в контексте в переносном значении, излюбленными приемами становятся добавление и описательный перевод, поскольку именно в рамках этих приемов переводчик может в полной мере реализовать себя творчески.

Линейное расположение событий связывается со временем. Реальное историческое время отражается в многочисленных отсылках к историческим моментам. В рассказе «Дома» автор называет четкие временные рамки: *He enlisted in the Marines in 1917 and did not return to the United States until the second division returned from the Rhine in the summer of 1919. – В 1917 году он записался во флот и вернулся в Штаты только после того, как вторая дивизия была отозвана с Рейна летом 1919 года*.

Наибольший интерес для исследования представляет собой внутреннее, субъективное время главных героев. Так, в рассказе «Старик у моста» писатель погружает нас во внутреннее время главного героя при помощи воспоминаний старика о его родном городе. Художественное время здесь создается при помощи грамматики, писатель использует следующие временные формы глаголов (*I was taking care; I was the last one to leave; There were three animals*), которые в русском языке противопоставлены по грамматическим значениям прошедшего времени (*Я смотрел за животными; Я ушел из Сан-Карлоса последним; Их было трое*).

Е. Голованева

КУЛЬТУРОНИМЫ И ПОЛИОНИМЫ В ПЕРЕВОДЕ

Вопрос перевода культуронимов в современной лингвистике достаточно актуален, поскольку, несмотря на масштабную глобализацию культуры, перевод таких лексических единиц требует тщательного подхода и учета языковой картины мира.

Термины *культуроним* и *полионим* были введены российским филологом В. В. Кабакчи. Культуроним обозначает специфический предмет или явление в какой-либо культуре и выступает объектом интерлингвокультурологии. Полионимы обозначают элементы, представленные в большинстве или во всех культурах мира.

Культуронимы можно разделить на 4 группы: идионимы – языковые элементы, специфические для внутренней культуры данного языка (беспереводная лексика); ксенонимы – единицы данного языка, используемые в качестве наименований элементов внешних (иноязычных) культур; полионимы – универсальные культуронимы, которые представлены во всех или в большей части существующих культур народов мира и появляются в различных культурах в результате центристических процессов развития земной цивилизации; аналоги – культуронимы, лишь частично совпадающие со сходными культуронимами иной культуры.

Существует несколько приемов передачи культуронимов:

- описательный перевод – культуроним, не имеющий аналога в языке, на который его пытаются перевести, заменяется его описанием, либо кратким и сразу в тексте, либо переводчик может привести целую статью из словаря, но в сноске;
- транскрипция, транслитерация – слово остается без изменений, его лишь транскрибируют/транслитерируют, распространенный прием при переводе имен собственных, географических названий, названий праздников и обычаев;
- калькирование – пословный или поморфемный перевод, т.е. переводимое слово или фразу делят на части и уже с ними работают отдельно, причем одну часть могут перевести методом описания, другую транслитерировать, могут быть использованы и другие комбинации;
- новообразование – прием, часто использующийся при переводе названий фильмов, книг и т.п.;
- аналоговый (приблизженный) перевод – для передачи культуронима используется слово, лишь частично совпадающее с ним по значению, но в достаточной мере, чтобы передать представление о понятии, которое этот культуроним обозначает;
- синонимический/дублетный перевод – выбор синонима/дублета, если в языке есть несколько равноправных исторически сформировавшихся синонимов.

Таким образом, при переводе культуронимов мы всегда учитываем коннотативный и денотативный компонент единицы языка.

К. Головнева

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СОЦИОЛЕКТОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Социальный диалект – это совокупность языковых особенностей, свойственных той или иной социальной группе в пределах того или иного языка. Социолекты являются средством общения, причем, как правило,

дополнительным, отдельных социально-сословных, производственно-профессиональных, групповых и возрастных коллективов, а не всего народа. Примерами социолектов могут быть молодежный сленг, компьютерный сленг, солдатский жаргон и многое другое.

Социолекты – это специфическая лексика, в которую могут входить разговорные слова, эвфемизмы, нейтральная лексика с дополнительным контекстуальным значением или неологизмы. Одной из задач переводчика является сохранение стилистических средств и фигур речи как важной составляющей переводимого текста, а также специфики индивидуального стиля автора.

Первое, что следует сделать переводчику, это постараться найти в языке перевода аналоги социолектов, используемых в языке оригинала. Примером может служить сленговое слово *зенитка*, которое имеет соответствие в военном сленге США – *ack-ack*. Английское слово *bootcamp* можно передать на русский язык как *учебка*.

Многие англоязычные социолекты передаются на русский язык с помощью транскрибирования, транслитерации и калькирования. Так, например, любители компьютерных игр часто используют аббревиатуру *rofl*, которая переводится с помощью транслитерации как *рофлить*, подразумевая ‘очень сильно смеяться’.

При переводе социолектов может использоваться прием добавления. Добавление – это расширение текста перевода путем введения дополнительных слов. Так, например, слово *microwait*, которое можно услышать от офисных работников, не имеет эквивалента в русском языке и поэтому может переводиться, как *очередь у микроволновки в обеденный перерыв*.

Еще один прием, который используется при переводе социолектов, – это описательный перевод, т.е. замена лексической единицы исходного языка словосочетанием либо определением значения этой единицы на языке перевода. Примером является слово *nerd*, которое можно перевести *помешанный на учебе человек*.

Перевод социолектов представляет собой весьма актуальную проблему в современной лингвистике. При переводе следует учитывать контекст, интенцию автора, что повлияет на выбор способов перевода.

В. Гоманькова

ПОДХОДЫ К ХУДОЖЕСТВЕННО-ПОЭТИЧЕСКОМУ ПЕРЕВОДУ

Поэтический перевод представляет собой перевод поэтического текста, созданного на одном языке, с помощью поэтического текста на языке перевода. Перевод поэтических текстов всегда являлся предметом острых споров и дискуссий, так как, в отличие от нехудожественного текста, действительность здесь представлена в виде образа, и переводчик поэзии должен обладать особым мастерством и навыками стихосложения. Только мастерство переводчика дает возможность узнать и оценить поэзию.

Поэтическим произведениям характерны определенные законы этого жанра: размер стиха, интонация, ритм, мелодичность, музыкальность. Можно выделить основные проблемы, возникающие при переводе подобных текстов:

- 1) воссоздание образов и ассоциаций, оказывающих влияние на читателя оригинала;
- 2) сохранение стихотворного размера;
- 3) сохранение характера рифмы.

Не существует определенных универсальных правил перевода поэзии. Тактические приемы и стратегии переводчиков индивидуальны и разнообразны, а зачастую и интуитивны. Так, например, в случаях, когда различия в рифме английской и русской поэзии приводят к переводческим трудностям, некоторые переводчики пытаются компенсировать это различие, делая акцент на сюжете, смысле или главных героях.

Некоторые поэты-переводчики склонны создавать свои собственные произведения в результате перевода. Такой подход характерен для переводчиков, которые стремятся продемонстрировать свое искусство перевода и обогатить свою национальную культуру за счет другой иноязычной культуры. Подобные переводы являются самостоятельными произведениями, суть которых состоит в том, что переводчик, поняв и оценив смысл и идеи оригинального произведения, не придает ему в переводе национальный колорит оригинала, а, напротив, преобразует и жанр, и национальную культуру, и язык героев, и исторические реалии с учетом своих национальных особенностей.

Учитывая разные подходы к переводу поэтического текста, мы считаем, что необходимо найти золотую середину, где будут отражены и присутствие духа времени, и национальный колорит, и гармония между красотой и точностью, и сохранение эмоционального настроения произведения. Таким образом, перед переводчиком всегда стоит выбор: сохранить в переводе историческое время и национальные особенности культуры народа или сделать такой перевод, чтобы он был приближен к своей национальной культуре и к эпохе своего читателя.

Я. Гормаш

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АРАБСКИХ РЕАЛИЙ

В лингвистике и переводоведении реалиями называют слова и выражения, обозначающие эти предметы, а также устойчивые выражения, содержащие в себе такие слова.

Арабский и русский языки относятся к разноструктурным языкам. Переводчик, не владеющий знаниями об особенностях культуры арабских стран, а также переводимой тематики, не способен предоставить правильный перевод.

Для перевода слов-реалий существуют следующие методы.

1. Транскрипция. Звуковая форма слова полностью переносится на переводимый язык. Переводятся названия арабских стран, городов и прочих имен собственных: *Кувейт, Йемен, Катар* и др.

2. Гипо-гиперономический перевод предполагает установление отношений эквивалентности между словом оригинала, передающим видовое понятие-реалию, и словом перевода, называющим соответствующее родовое понятие, или наоборот. Например, русскому гипониму соответствует арабский гипероним: слово *город* может переводиться на арабский как (*мадина*), مَدِينَة (баляда), بَلَدَة (миср) مِصْر .

3. Уподобление. Чаще всего при использовании данного метода перевода пропадает национальный колорит. Например, слово حَمَّام *хамам* – ‘баня, ванна, купальня’. Но русские бани строятся из дерева, а «хамам» – из мраморной керамической плитки.

4. Калькирование. В СМИ арабских стран возникло такое понятие, как الربيع العربي *Арабская весна* (раби’ ‘араби). Оно образовалось методом калькирования с английского языка *Arab Spring*.

5. Описательный перевод. Например: *ханджар* خَنْجَر (короткий, изогнутый арабский меч), *халиджи* خَلِيجِي (народный танец в странах Персидского залива), *гутра* غُتْرَة (головной мужской убор в виде хлопкового платка).

Таким образом, чтобы перевод был качественным, необходимо учитывать специфику переводимого текста, а также ориентироваться на аудиторию. Если переводчик желает сохранить колорит, он использует транслитерацию арабских реалий, если же жанру литературы не присущ элемент экзотики, использует приблизительный перевод. Метод калькирования чаще используется при переводе политических реалий. Однако чаще всего в практике перевода происходит комбинирование нескольких способов перевода.

Т. Грушевич

ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВЫХ ДОКУМЕНТОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Несмотря на то, что разные стороны делового английского языка изучались и описывались учеными на протяжении долгого времени, грамматический аспект английского языка делового общения представляется менее изученным в теоретическом плане.

Наиболее типичным способом выражения долженствования для языка контрактов является применение модального глагола *shall*, которому в русском тексте соответствует модальный глагол *должен* или смысловой глагол в форме настоящего времени: *The seller shall sell and deliver, and the buyer shall buy and take delivery of the 16 (sixteen) cylinders indicated in the*

specification. – Продавец должен продать и доставить, покупатель должен купить и принять доставку 16 (шестнадцати) цилиндров, обозначенных в спецификации...

В официально-деловых документах встречаются конструкции с глаголами *may* и *can*: *If the buyer notes defects in the cylinders during such inspection, the buyer shall make remarks on the delivery receipt and may delay signing and instead notify seller of such remarks....* – В случае, если покупатель обнаружит дефекты в цилиндрах, он должен сделать соответствующую отметку в отчете о доставке и может отложить подписание и уведомить продавца о сделанных отметках...

Самым частотным способом выражения условия в официально-деловых документах являются придаточные условия с предлогом **if**: *If the inspector determines that the cylinder is defective, the parties shall discuss the matter with the objective of reaching a mutually acceptable solution.* – Если Инспектор обнаружит, что цилиндры неисправны, стороны должны будут обсудить сложившуюся ситуацию с целью нахождения взаимоприемлемого решения.

Одной из особенностей является частое употребление предложений с пассивными конструкциями: *All the cylinders shall be delivered in one batch.* – Все цилиндры должны быть доставлены одной партией.

Наиболее частотными грамматическими приемами, используемыми при переводе деловой документации, являются замена частей речи, изменение времени предложений, модальные глаголы, глагольные формы *Present Continuous* и *Future Indefinite*, употребление полилексемных сочетаний и др.

А. Гузаревич

ПЕРЕВОД СОВЕТИЗМОВ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ

Принято считать, что хороший перевод должен быть идентичен оригиналу, но адаптация оригинала может влиять на понимание авторского замысла будущим читателем.

Советизмы – слова и фразеологические обороты, которые служат выражением и наименованием понятий, явлений и предметов, представляющих собой специфическую особенность социалистической действительности. Многие исследователи склоняются к мнению, что советизмы являются подвидом безэквивалентной лексики русского языка.

Упрощение или нейтрализации национальных, культурных и социальных компонентов значительно меняют координаты, которые помогают читателю представить картину иного образа жизни.

Различают семь способов, достаточных для перевода советизмов: 1) заимствование; 2) калькирование; 3) дословный перевод; 4) транспозиция; 5) модуляция; 6) адаптация; 7) эквиваленция.

Даже если допустить, что советизмы – это термины, то придется добавить, что они представляют собой единицы, стоящие на границе между реалиями, терминами и общеязыковой лексикой.

Это подтверждается и переводами советизмов, которые мы находим в двуязычных словарях: большинство либо транскрибируется, либо переводится кальками, а нередко случаи и транскрипции, и перевода. Полукалькой является *ударник* – ‘shock-worker’ (наряду с транскрипцией ‘udarnik’), *стахановец* – ‘stakhanovite’.

Проблематичным является упущение официальной формы обращения, которое происходит в переводах, например, *товарищ дежурный* – ‘operator’. Отсутствие слова *товарищ* в переводе означает потерю одной из самых значительных черт советской речи. Следовательно, перевод не воссоздает колорит эпохи, т.к. трудно представить, что советский гражданин обращался к милиционеру и не использовал данную форму обращения. Дословный перевод, например, *товарищ офицер-дежурный* – ‘Comrade officer on duty, give orders at once for five motorcycles with machine-guns to be sent out to catch the foreign consultant’ хорошо передает смысл, хотя не указывается, что это был телефонный разговор.

Таким образом, можно сделать вывод, что языковой пласт советизмов представляет собой особую часть словарного состава естественного языка, т.к. он ярко отображает многообразие интересов советского общества, оценку отдельных явлений носителями русского языка, которые принадлежат к различным социальным и профессиональным группам, а также передает колорит эпохи Советского Союза.

В. Дайнеко

К ВОПРОСУ О ЛОКАЛИЗАЦИИ НАЗВАНИЙ И СЛОГАНОВ В КИНОДИСКУРСЕ

Из всех видов искусства самым важным по-прежнему остается кино. Оно продолжает формировать сознание и мировосприятие человека. Название и слоган во многом определяют популярность и востребованность кинофильма, так как это первое, что видит человек. Во многих случаях именно название служит ключевым фактором при выборе картины для просмотра. Оно также является достаточно важной частью коммерческого успеха в прокате, так как верное восприятие названия выступает определенным гарантом успеха.

При локализации названия и слогана фильма переводчик неминуемо сталкивается с рядом трудностей. Эти трудности можно объединить в следующие группы: недостаток компетенции у переводчика (поверхностные экстралингвистические и собственно лингвистические знания, игнорирование содержания фильма), использование языковых реалий в названии или

слогане фильма, необходимость применения переводческих трансформаций и конструкций, существование фильма с идентичным названием, а также необходимость привлечения массовой аудитории.

Примером недостатка собственно лингвистических знаний может служить перевод слоганов к таким фильмам, как “Event Horizon” и “Sphere”. В первом случае переводчик ошибочно использовал транслитерацию: *Infinite terror* ‘Беспредельный террор’. Данный перевод нельзя назвать адекватным, приемлемым же вариантом мог стать ‘Запредельный ужас’. Во втором – переводчик проигнорировал содержание фильма: *Terror can fill any space* ‘Страх проникает повсюду’. По сюжету фильма сфера воплощает страхи героев – адекватным переводом будет ‘Страх принимает любую форму’.

Примером совокупности трудностей служит перевод названия вестерна *The Kid* ‘Малыш Кид’. В фильме повествуется о противостоянии двух исторических личностей: шерифа Пэта Гарретта и преступника Билли Кида. Последний за свою недолгую жизнь успел получить прозвище *Billy the Kid* ‘Малыш Билли’. Однако фильм получил название “Малыш Кид”: возможно, из-за того, что в 2007 году в прокат вышел малоизвестный фильм про американских подростков *Billy the Kid* ‘Малыш Билли’ или же это ошибка переводчика.

Из-за широкого распространения сиквелов и в угоду коммерческому успеху фильма в прокате переводчики стали использовать особые конструкции, расширяющие значение оригинала. При переводе фильмов одной серии такой прием играет важную различительную роль. Например, серия фильмов *The Amityville Horror*, но по такому же принципу создается и первичное название: *Neighbors* ‘Соседи. На тропе войны’. Вероятно, цель приема – привлечь внимание определенной категории зрителей или же заранее настроить их на продолжение истории. Однако перевод названия продолжения вышеупомянутого фильма уже сложно назвать адекватным: *Neighbors 2: Sorority Rising* ‘Соседи. На тропе войны 2’. Тем не менее коммерческий успех был достигнут.

О. Дашковская

КОММУНИКАТИВНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ КАК ВИДА ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Сегодня пресс-конференции служат широко распространенным и общеизвестным методом общения со средствами массовой информации. Международная пресс-конференция является разновидностью устного дискурса, в которой участвуют несколько сторон, не обязательно обладающих общими фоновыми и культурологическими знаниями, а главное – общим языком. В ряду переводческих ситуаций устный последовательный перевод пресс-конференции занимает особое место, так как осуществляется в специфических условиях.

В процессе осуществления устного последовательного перевода пресс-конференции для переводчика возникают следующие трудности: *стрессообразующие, коммуникативные и технические*.

Под стрессообразующими трудностями мы понимаем, в первую очередь, трудности, непосредственно связанные со спецификой последовательного перевода как вида устной переводческой деятельности.

Коммуникативные трудности связаны с индивидуально-психологическими особенностями автора исходного текста. В данном случае мы имеем в виду тембр, дикцию, акцент, темп речи и другие особенности говорящего.

Технические трудности обусловлены спецификой работы в аудитории: наличием фоновых шумов, плохим качеством звучания исходного текста, отсутствием аппаратуры в большой аудитории и др.

Одним из способов преодоления трудностей при переводе может быть предварительное знакомство с переводческой ситуацией, что предполагает возможность заранее ознакомиться с материалами пресс-конференции (информация об участниках и организаторах мероприятия, тексты выступлений).

Система переводческих записей является еще одним из способов преодоления трудностей в процессе перевода, что способствует активизации психофизиологических механизмов и создает зрительную опору, повышающую эффективность понимания сообщения. Таким образом, это повышает процент понятой и переданной в переводе информации, что позволяет переводчику качественно и точно передать сообщение.

Еще одним из способов преодоления возникающих трудностей при устном переводе является переводческая компрессия – одна из количественных трансформаций, позволяющая переводчику употребить более простую синтаксическую конструкцию по сравнению с оригиналом.

Таким образом, пресс-конференция как разновидность устной коммуникации обладает рядом характеристик, которые важно учитывать при изучении соответствующей ситуации перевода.

Н. Демьянова

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА НЕОЛОГИЗМОВ В ТЕХНИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В практическом анализе 5 лекций TED (американский некоммерческий фонд, известный своими ежегодными конференциями на тему информационных технологий) из их материалов было выбрано 78 неологизмов, для перевода которых, как правило, употреблялись следующие трансформации:

- экспликация или описательный перевод – *openoutcry* ‘метод биржевой торговли путем прямого контакта продавца и покупателя’; *car sharing* ‘совместное пользование автомобилями’; *media snug* ‘маленькая комфортабельная комната или любое пространство для прослушивания музыки, чтения, игр’;

- транскрипция и транслитерация – *streamer* ‘организатор онлайн-трансляций; проф. *стример*’; *nomophobia* ‘боязнь остаться без мобильного телефона; проф. *номофобия*’; *netizen* ‘пользователь Интернета с активной гражданской позицией; проф. *нетизен*’; *selficide* ‘экстремальное селфи, ценой которого становится жизнь; *селфицид*’;

- калькирование – *angel* ‘ангел; человек, вкладывающий капитал в развивающиеся интернет-компании’; *spider* ‘паук; программа, занимающаяся сбором данных о новых и обновленных страницах в Интернете и передачей этой информации в базу данных’; *bubble sort* ‘пузырьковая сортировка; кружок в обозначении логического элемента’.

Были проанализированы наиболее интересные или сложные случаи перевода неологизмов:

- принцип речевой экономии (средняя длина слова в английском языке гораздо меньше, чем средняя длина русского слова) – *Bag* ‘мультимножество’; *clipboard* ‘буфер для вырезанного текста’;

- проблема передачи английского текста на русский язык с сохранением полной и точной мысли автора, при этом придавая ей типичную для русского научно-технического стиля форму и игнорируя перенесение в русский текст специфических черт английского оригинала – *bit stuffing* ‘подстановка битов, заполнение битами; дословно *набивание битами*’; *ferret* ‘программа поиска избранных файлов или особой информации; дословно *хорек*’; *firewall* ‘система защиты от несанкционированного доступа; дословно *огненная стена*’;

- неологизмы, образованные на основе сленга, – *buddy lists* ‘услуга, которую предоставляют порталы, заключающаяся в возможности узнать, подсоединены ли друзья пользователя к сети в данный момент, дословно *списки приятелей*’; *cancel bunny*, *cancel moose* ‘тот, кто занимается уничтожением спама или почты, присланной от неизвестных источников; дословно *зайка-отмена* или *лось-отмена*’; *fried* ‘что-либо окончательно сломанное, дословно *зажаренный*’.

А. Дробышевская

ОСОБЕННОСТИ АКТУАЛИЗАЦИИ БЕЗЭКВИВАЛЕНТНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ СТАТЬЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Научно-популярные статьи экономической тематики отличаются своей функционально-стилистической неоднородностью. Созданные на стыке публицистического и научно-технического стилей, они требуют сохранения особенностей сразу двух стилей, а присутствие безэквивалентной лексики отражает индивидуально-культурную составляющую и обозначает понятия, не имеющие аналогов в иноязычной экономической действительности. Их безэквивалентность обусловлена неравномерным распределением достижений науки и техники в глобальной экономической сфере, в результате чего нов-

шество, присутствующее в практическом опыте носителей языка источника, какое-то время может быть практически неизвестно представителям другой лингвокультурной общности.

Существует две группы безэквивалентных английских экономических терминов.

1. Термины, которые обозначают явления, отсутствующие в системе экономических понятий русского языка, например: *stimulus cheques* ‘финансовая помощь правительства США для малоимущих и людей, чьи доходы были затронуты COVID-19’, *treasuries* ‘казначейские ценные бумаги США’, *valuation allowance* ‘стоимостная поправка’, *custodian* ‘финансовый институт или банк, управляющий чужими капиталами’, *swarm trading* ‘внезапная массовая продажа акций’.

2. Термины, обозначающие явления, недавно проникнувшие в русскоязычную экономическую действительность. В этом случае причиной безэквивалентности может стать то, что такие термины еще не сформировали определенную категорию в понятийно-терминологической системе принимающего языка: *hedge fund* ‘хедж-фонд’, *parent holding* ‘акции, находящиеся в собственности материнской компании’, *mortgage backed liability* ‘обязательства, обеспеченные залогом недвижимости / с ипотечным покрытием’, *termination income benefit* ‘денежное пособие, которое выплачивается по истечении срока действия договора’, *broker* ‘брокер’, *lockdown* ‘локдаун’, *volatility* ‘волатильность’.

Следовательно, у безэквивалентных терминов иногда может существовать соответствие, которое является результатом описательного перевода (экспликации) и представляет собой сочетание нескольких лексических единиц. Такой своего рода эквивалент не соответствует требованиям, предъявляемым к терминам, т.к. не обозначает видového понятия в системе принимающего языка, хотя и передает значение определенного термина английского языка, поэтому не становится широкоупотребительным, а выполняет в принимающем языке функцию толкования транслитерированного термина.

II. Дудка

ПЕРЕВОД ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Термин *дискурс* в последнее время встречается во многих областях знаний (лингвистика, политология, культурология, искусствоведение, философия, психология, журналистика и др.). Неудивительно, что сам термин может быть интерпретирован учеными по-разному в зависимости от его области применения. В политической коммуникации принято использовать понятие *общественно-политический дискурс*. С точки зрения перевода интерес представляет употребление фразеологизмов в политических текстах и их перевод.

В рамках нашего исследования были использованы разные методы. В первую очередь, на этапе отбора информации применялся метод сплошной выборки. Для выявления приемов и способа перевода были отобраны тексты публикаций наиболее популярных англоязычных интернет-ресурсов (официальные сайты англоязычных газет и СМИ), все публикации относились к политической сфере. При обработке текстов производилась выборка всех фразеологических единиц. При дальнейшей работе с выбранными фразеологизмами учитывался контекст, т.е. был применен метод контекстуально-интерпретационного анализа, суть которого заключается в учете не только индивидуальных признаков исследуемого объекта, но и признаков контекста, к которому относится явление, в данном случае – фразеологические единицы. Применялся и метод лингвостилистического анализа, сущность которого заключается в подробном анализе роли и функции изобразительно-выразительных средств, которые передают идею автора.

Для удобства выбранные фразеологизмы были разделены по признаку наличия эквивалента в переводящем языке: единицы, которые имеют эквиваленты (полные или частичные), и безэквивалентные единицы. Приведем примеры нескольких английских фразеологизмов из общественно-политических текстов и их перевода.

Экс-президент США Д. Трамп в своем обращении к Конгрессу, полный текст которого опубликован на сайте CNN Politics 1 марта 2017 года, использует фразеологизм *to pass the torch*, который в прямом значении переводится как ‘передавать факел’: *Each American generation passes the torch of truth, liberty and justice – in an unbroken chain all the way down to the present*. Но с учетом контекста дословный перевод данного фразеологизма следует заменить на его эквивалент в русском языке – ‘передавать эстафету (традиции; знания)’.

Е. Духович

КУЛИНАРНЫЕ РЕАЛИИ В МАТЕРИАЛАХ ИНДИЙСКИХ СМИ И СПОСОБЫ ИХ ПЕРЕДАЧИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Кулинарный дискурс в интернет-пространстве сегодня – это один из способов знакомства с другими культурами и поддержания межкультурного диалога. Кулинарный рецепт как жанр этого дискурса представляет интерес для переводоведения, в частности, в плане употребления и передачи содержащихся реалий той или иной страны на другие языки. Индийские англоязычные СМИ посвящают целые разделы своих сайтов описаниям кулинарных рецептов. Проанализируем их с точки зрения употребления и перевода индийских реалий.

Языковое оформление текста кулинарных разделов сайтов имеет свои особенности. Если для описания пошаговой инструкции приготовления блюда используется лексика английского языка (*add* ‘добавить’, *stir* ‘разме-

шать', *roast* 'зажарить'), так же, как и для называния необходимого оборудования, за исключением некоторых уже освоенных заимствований (*pan* 'сковорода', *bowl* 'миска', *wok* 'вок'), то названия блюд и ингредиентов – это зачастую реалии, заимствованные из языков индийского субконтинента.

Названия блюд в текстах представлены либо исключительно реалиями (*Chikki* – традиционное индийское сладкое блюдо, которое обычно готовят из орехов и сахара), либо сочетаниями слов-реалий с английским обобщающим названием (*Chicken Korma* – курица, тушенная в сливочно-ореховом соусе). Что касается названий ингредиентов, то в рассматриваемых текстах можно выделить две категории: а) собственно реалии – слова, обозначающие предметы, которые отсутствуют в других культурах. Как и названия блюд, они представлены либо непосредственно заимствованием (*jaggery* – сахар джаггери, *ghee* – масло гхи), либо сочетаниями с обобщающим словом (*kewra water* – цветочная вода кевра); б) варваризмы – индийские названия общеизвестных и распространенных понятий, включенные в англоязычный текст (*tagaz* – семена дыни, *sooji* – манная крупа, *kesar* – шафран).

Для передачи таких реалий на русский язык можно использовать несколько способов. В нашем случае можно предположить, что большинство переводимых слов-названий являются незнакомыми широкой публике, поэтому на первый план здесь выходит прагматический фактор. Использование исключительно транскрипции или транслитерации в качестве приема передачи реалий не представляется возможным, поэтому целесообразнее применить здесь смешанный способ: при переводе названий блюд и ингредиентов можно прибегать к добавлению обобщающего слова к транскрипции / транслитерации (*cook the rabdi* – *приготовим пудинг рабди*, *heat the ghee in the pan* – *нагрейте масло гхи в сковороде*, *mix the maida and milk* – *смешайте муку майда с молоком*, *add terasi* – *добавьте соус тераси*). В таком случае читатель, с одной стороны, будет иметь общее представление о блюде, его составляющих и действиях по приготовлению, а с другой – переводчик сохранит культурное своеобразие исходного текста, передаст его национальный колорит.

В. Дюко

ЗНАЧЕНИЕ КОСВЕННОГО ПЕРЕВОДА

Косвенный метод перевода применяется в случаях, когда текст оригинала, по мнению переводчика, сложно адекватно перевести на язык перевода. Л. Нелюбин в «Толковом переводческом словаре» определяет косвенный перевод как «перевод, осуществляемый не непосредственно с текста оригинала, а с его перевода на другой язык». Косвенный перевод также называют вторичным или непрямым. Такой перевод чаще всего используется для передачи текстов с «региональных языков» с небольшим количеством носителей, например, с белорусского, чешского, норвежского, датского, литовского и т.д.

Сегодня косвенный перевод играет значительную роль в межкультурной коммуникации. Его активно применяют на международных конференциях, бизнес-переговорах, при переводе художественной литературы так называемых «малых культур» с относительно небольшим количеством говорящих на национальном языке людей.

Широко используемый ресурс Google-переводчик также применяет принцип непрямого перевода. Этот сервис предлагает перевод с любого языка, но в большинстве случаев выполняет его через английский.

Когда в советские времена китайцы заинтересовались белорусской литературой, переводчики использовали именно косвенный перевод. Сначала они брали текст оригинала, затем – его русский вариант перевода и только потом переводили на китайский. Большими тиражами вышли переводы романа Ивана Мележа «Людзі на балоце», повестей Василия Быкова «Абеліск», «Дажыць да світання», «Пайсці і не вярнуцца», «Знак бяды» и т.д.

Одним из примеров такого перевода служит предложение из произведения В. Быкова «Знак бяды». В тексте оригинала предложение звучит как *Вылезшы з пограба, тупаў з саломай у барадзе яе Петрачок*. На русский язык оно было переведено как *выбравшись из погребца, похаживал с соломой в бородачке ее Петрок*. В русском варианте допустили ошибку, т.к. с белорусского *барада* означает ‘пучок’, ‘кустик’. Поэтому при переводе на китайский язык была допущена такая же ошибка «*细小而难看的胡子上沾着干草*» (из жидкой и безобразной бороды торчала солома).

Косвенный перевод играет важную роль в распространении информации и культуры языков «малых» народов, но вышеупомянутые примеры ставят еще один актуальный вопрос: проверка качества перевода, особенно художественной литературы.

А. Ерошенкова

ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНОЛОГИИ АКТОВ НЕПОВИНОВАНИЯ АФРОАМЕРИКАНСКОГО НАСЕЛЕНИЯ США В 2020 ГОДУ (на материале англоязычной прессы)

Объектом настоящего исследования является терминология актов неповиновения афроамериканского населения в 2020 году, отобранная методом сплошной выборки из газетных статей изданий The New York Times, The Guardian. Структура языка непосредственно зависит от факторов действительности, поэтому в результате исследуемого события в английском языке как появились новые терминологические единицы, так и повысилась частотность употребления в языке некоторых, уже имеющих пластов лексики.

С учетом существующих в лингвистике определений понятия *термин* нами выработано определение, являющееся рабочим для настоящего исследования: термин – это специальная единица наименования, принятая в профессиональной деятельности и употребляемая в особых условиях.

Согласно классификации по строению структурных компонентов терминология актов неповиновения делится на термины-слова, термины-словосочетания и термины-аббревиатуры.

Термины-слова подразделяются на: простые: *race* ‘раса’, *ally* ‘союзник’; аффиксально-суффиксальные: *solidarity* ‘солидарность’, *colorism* ‘колоризм’; аффиксально-префиксальные: *to unlearn* ‘отучиться’, *anti-racism* ‘антирасизм’; суффиксально-префиксальные: *endangerment* ‘создание угрозы’.

Термины-словосочетания, в свою очередь, делятся на двухкомпонентные: *Systemic racism* ‘системный расизм’, *police brutality* ‘полицейский произвол’; трехкомпонентные: *Black Lives Matter* ‘Жизни черных имеют значение’, *All Lives Matter* ‘Все жизни имеют значение’, *Defund The Police* ‘Лишите полицию финансирования’.

Для исследуемых терминов словосочетаний характерна инициально-буквенная аббревиация: *BLM* (*Black Lives Matter*) ‘Жизни черных имеют значение’, *ACLU* (*American Civil Liberties Union*) ‘Американский союз гражданских свобод’.

В материале англоязычной прессы за 2020 год для описания причин и последствий актов неповиновения также используется 1) юридическая терминология: *charges* ‘обвинения’, *investigation* ‘расследование’, *search warrant* ‘ордер на обыск’, *law enforcement authorities* ‘правоохранительные органы’, *wrongful-death lawsuit* ‘иск о неправомерной смерти’; 2) военная терминология: *battering ram* ‘таран’, *foam projectiles* ‘резиновые пули’, *marking rounds* – ‘резиновая картечь’.

Более 85 % отобранных терминов относятся к именам существительным или субстантивным словосочетаниям: *high-profile case*, *compensatory damages*, *forensics*. Однако встречаются также глагольные формы и словосочетания: *to hold accountable*, *to plead*, *to lynch* и прилагательные: *pugilistic*, *intersectional*.

А. Ефименко

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ЭМОЦИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ РЕЧЕЙ

Переводчики сталкиваются с рядом трудностей при устном переводе политических речей из-за некорректной интерпретации эмоций. Переводчику приходится обращать внимание как на вербальные, так и на невербальные средства передачи эмоций политика, чтобы услышанное в переводе гармонировало с увиденным при восприятии публичной речи.

В нашем исследовании анализировались политические речи Д. Трампа, в которых были замечены проявления таких эмоций, как гнев, радость, печаль, страх и стыд. Поскольку данные эмоции оказались самыми яркими

в выбранном контексте, их следует рассмотреть с точки зрения вербальных и невербальных средств выражения. Например, в выражении гнева в речи политика преобладают грамматические повторы и неполные структуры предложений, а визуально аудитория наблюдает у оратора напряженную осанку, удивленное выражение лица, сжатые кулаки и позу «нападения».

Приведем пример публичной речи Д. Трампа (июль 2020 г.) по поводу протестов в разгар движения “Black Lives Matter”. Президент США выступал за соблюдение закона и порядка, а также в защиту монументов сторонников Конфедерации, считая участников протестной акции «головорезами» и «анархистами»: *...horrible BLM chant, “Pigs In A Blanket, Fry ‘Em Like Bacon ”. Maybe our GREAT Police, who have been neutralized and scorned by a mayor who hates and disrespects them, won’t let this symbol of hate be affixed to New York’s greatest street. Spend this money fighting crime instead!* ‘...ужасное воспевание движения «Жизни черных важны»: «Свиньи в одеяле, жарят их, как бекон». Может быть, наша ВЕЛИКАЯ Полиция, которую нейтрализовал и презирал мэр, который ненавидит и не уважает их, не позволит закрепить этот символ ненависти на главной улице Нью-Йорка. Вместо этого потратьте деньги на борьбу с преступностью!’

В данном примере можно заметить, что новости и события, которые вызывают негативные эмоции у Д. Трампа, проявляются и в языковой репрезентации его речи, и в невербальном выражении эмоции гнева.

Выражение эмоций (как и их сокрытие) отражается на лексикограмматической и синтаксической структуре речи, видоизменяет ее. Не все видоизменения могут быть переданы на переводящий язык с сохранением информации, стилистики и адекватности перевода. Переводчик может передать эмоции лишь посредством вербального канала связи, используя особенности лексического, грамматического и синтаксического состава эмоциональной речи в переводящем языке. Предпочтительнее сохранять адекватность перевода и устранять калькирование грамматической и синтаксической передачи эмоций в речи. Таким образом, исключается вероятность неверной интерпретации как эмоции, так и вместе с ней передаваемой информации слушателям, что минимизирует нежелательные последствия публично произнесенной речи.

Ю. Ёлкина

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ГЛАГОЛОВ ОБОНЯТЕЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ НА РУССКИЙ И АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫКИ

(на материале романа П. Зюскинда «Парфюмер. История одного убийцы»)

Такой концепт как «обоняние» находит в любом языке выражение в различных лексемах. Для переводчика важно понимать, что не всегда восприятие с ольфакторной системой отражения может совпадать в разных языках.

Материалом исследования послужил роман П. Зюскинда «Парфюмер. История одного убийцы» и его переводы на русский и английский языки. Цель исследования – выявить особенности функционирования и перевода глаголов обонятельного восприятия в романе.

В результате исследования были проанализированы 1017 немецких глаголов обонятельного восприятия; было выяснено, что с целью достижения адекватного перевода на русский язык использовались конкретизация, смысловое развитие, лексическое добавление и функциональная замена. При переводе глаголов перцептивного восприятия на английский язык наблюдается частое использование следующих лексических трансформаций: генерализация, смысловое развитие и лексическое добавление.

Пример генерализации немецкого глагола *duften* в переводе на английский язык:

Alles, was zu duften hatte, duftete jetzt neu und anders und herrlicher als je zuvor ‘Everything meant to have a fragrance now smelled new and different and more wonderful than ever before.’

Пример конкретизации немецкого глагола *riechen* в переводе на русский язык:

An jeder Straßenecke riecht man es ‘Ими душится весь свет’.

В немецком языке концепт обоняния широко представлен различными глаголами (*satt riechen, umschnuppern, umherschneüffeln*). Концепт «обоняние» в английском языке в основном передается субстантивами (*to smell, to odour*). Оба эти языка схожи отсутствием глагольной оппозиции восприятия и проявления запаха.

При сравнении переводов русская ольфакторная картина мира предстает как наиболее сегментированная и наиболее дифференцированная, так как в русском языке присутствует трехчленная языковая оппозиция (нюхать–обонять–пахнуть). Ему характерно широкое семантическое поле «Запах», что объясняется переплетением выражения когнитивных механизмов в системе языка.

Подробное рассмотрение различных лексико-семантических групп определенного языка может упростить и автоматизировать процесс работы для переводчика, что в современном мире просто необходимо, поэтому все накопленные и опубликованные знания имеют огромную ценность.

Н. Захарченя

ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ БЕЛОРУССКОГО ФОЛЬКЛОРА НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Лингвокультурная адаптация считается одной из наиболее распространенных стратегий при переводе произведений, содержащих культурно-специфическую лексику. С помощью данного приема в переводном тексте

создаются соответствия путем изменения описываемой ситуации с целью достижения одинакового воздействия на читателя, что позволяет избежать буквального перевода с постоянным использованием сносок. Будучи общей стратегией перевода, лингвокультурная адаптация предусматривает разнообразные частные приемы, которые были рассмотрены нами на примере перевода произведений белорусского фольклора на английский язык, представленном в издании «Хадзі, сонейка, да нас» (А. І. Лакотка, Т. І. Кухаронак, А. Г. Алфёрава, 2019).

Основными приемами лингвокультурной адаптации, используемыми при переводе произведений фольклора с белорусского на английский язык, являются: замена образа, обобщение, опущение, описательный перевод, употребление архаизмов и историзмов. При этом наиболее часто переводчики прибегали к замене образа на более характерный для носителя английского языка (в 19 из 27 подвергнутых адаптации единиц: *галубочак сізенькі – my sweetie*, *маток абаранак – a batch of rolls*). Популярность замены как переводческого приема объясняется возможностью сохранения коммуникативного намерения автора при некотором смещении области референции переводной единицы по сравнению с единицей оригинала. По сравнению с описательным переводом замена является и гораздо более экономичным приемом, что является преимуществом в исследуемом жанре (фольклорные песни).

Приемы обобщения и опущения употребляются сравнительно реже, как правило, лишь в тех случаях, когда равнозначный эквивалент оригинальному термину в английском языке отсутствует или таковой является непривычным для его носителя (в 11 из 27 примеров): *палаткі – the oven*, *бражка – a glass of milk* (обобщение); *пані – hostess*, *бярозавая кашка – oil of birch* (обобщение в сочетании с заменой); *сарока-варона – magpie*, *боршчык – red-beet* (опущение).

Использование приема описательного перевода, как правило, преследует цель подобрать рифму либо более удачно выдержать стихотворный размер. В исследуемом материале он представлен окказионально, зачастую в сочетании с заменой: *Ідзі, мышка, па ваду, табе кашкі накладу. – Go, little mouse, fetch water, I'll give you pie if you're our porter*; *Тут пень, тут калода, тут крыніца, тут халодная вадзіца. – This is a stump, this is a log, here at the source you won't find a bog, this is cold water, that is a frog*.

Вопреки ожиданиям, в переводах исследуемых произведений фольклора с белорусского на английский язык не было выявлено архаизмов и историзмов, что было продиктовано, вероятно, желанием сделать перевод понятным современному поколению читателей. Кроме того, в целом ряде примеров наблюдалось сочетание нескольких приемов адаптации.

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА КРИМИНАЛИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Криминалистика – это прикладная юридическая наука, направленная на распознавание, идентификацию, индивидуализацию и оценку вещественных доказательств путем применения естественных наук к вопросам права.

Перевод криминалистических текстов считается одним из самых сложных видов перевода. Такой перевод требует особых навыков и знаний, т.к. адресат должен получить точную, объективную и достоверную информацию.

На основе изученных источников можно выделить следующие особенности криминалистических текстов. 1. Общеязыковые лексические сокращения: *etc. (et cetera)* ‘и т.д.’; *vs (versus)* ‘против’. 2. Специальные терминологические сокращения: *UNO* ‘Организация Объединенных Наций’; *FBI* ‘Федеральное бюро расследований’. 3. Наличие терминов – специальных слов, лишенных эмоциональности и независимых от контекста: *murder* ‘тяжкое умышленное убийство’; *manslaughter* ‘простое неумышленное убийство’. 4. Применение латинских слов и выражений: *ex parte* ‘односторонний/с участием только одной стороны’; *actus reus* ‘преступление’. 5. Наличие географических реалий: *Massachusetts Avenue* ‘Массачусетс-авеню’. 6. Наличие многозначных терминов: *abuse* ‘злоупотреблять’/‘превышать’; *violence* ‘насилие’/ ‘принуждение’/ ‘физическое насилие’/ ‘посягательство’/ ‘нападение’; *steal* ‘воровать’/ ‘красть’/ ‘похищать’.

При переводе криминалистических текстов широко применяются трансформации, среди которых мы выделяем следующие:

- 1) описательный перевод (*wayward youth* ‘несовершеннолетний, проявляющий непослушание’; *appellor* ‘лицо, обвиняющее кого-либо’);
- 2) транскрибирование и транслитерация (*ad hoc* ‘адхок’, *de facto* ‘дефакто’, *de jure* ‘деюре’);
- 3) трансформационный перевод (термин *bench warrant* переводят как ‘приказ об аресте’, несмотря на то, что в оригинальном термине нет слова, означающего арест. Еще один пример *wanted* ‘в розыске’);
- 4) калькирование (*material evidence* ‘вещественные доказательства’; *search warrant* ‘ордер на обыск’; *corpus delicti* ‘состав преступления’);
- 5) перестановка (*chance-medley* ‘непредумышленное убийство’);
- 6) добавление (*citizen's arrest* ‘задержание правонарушителя гражданским лицом’).

ДЕЭВФЕМИЗАЦИЯ В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Проблема адекватности и эквивалентности перевода является ключевой в вопросе корректного перевода. Одна из главных задач переводчика заключается в максимально полной передаче содержания оригинала. При переводе

следует уделять особое внимание тому факту, что русский язык является более категоричным, чем английский; при работе переводчик может столкнуться с рядом трудностей, например, избыточная, с точки зрения русского языка политкорректность в англоязычном варианте, что накладывает некоторые обязательства на переводчика, включая соблюдение схожего стиля, подачи текста, что может привести к искусственности русского варианта перевода.

Рассмотрим конкретные примеры.

*Well, I suggest that you make an appointment with an allergist as soon as you've got some time, which should be remarkably soon considering **you are fired**, effective immediately, after the luncheon.* – *Что же, полагаю вам надо сходить к врачу аллергологу, как только у вас появится время, а оно у вас появится очень скоро, учитывая, **что я подпишу приказ об увольнении** сразу после обеда.*

*My boss asked me if I want **to take an early retirement opportunity**.* – *Мой начальник спросил, не хочу ли я **воспользоваться возможностью раньше уйти на пенсию**.*

*We would like to inform you that we have **to offer you a career transition** as you are partially proficient in this field.* – *Мы хотим уведомить вас, что вам, возможно, необходимо **сменить работу**, так как вы недостаточно компетентны в этой сфере.*

Все вышеупомянутые примеры относятся к одной тематике, однако при анализе английского и русского вариантов можно заметить, что английский вариант является более тактичным, корректным в сравнении с русским. При переводе на русский необходимо помнить о том, что основная задача переводчика, безусловно, передать смысл, но при этом соответствовать нормам и стилистике переводного языка.

В английском языке слово *old* считается довольно грубым, в отличие от русского *старый*, которое является стилистически нейтральным. Для описания возраста человека может быть использовано большое количество прилагательных, например, *aged person, mature, senior, advanced in years*. В русском языке прилагательные *старый, пожилой*, являются вполне приемлемыми для перевода.

Д. Исаенко

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ИДИОМ В ТЕЛЕСЕРИАЛАХ

Кинематограф является одним из самых влиятельных средств массовой коммуникации. В современных телесериалах и фильмах широко используются фразеологические обороты. Знание английских устойчивых выражений в полной мере помогает наслаждаться просмотром английских фильмов,

ярко характеризуют уровень владения языком говорящего. Фразеологическая единица, или фразеологизм, – это лексически неделимая единица языка, устойчивое семантически связанное сочетание слов, целостное по своему значению, отличающееся образностью, экспрессивностью, стилистической и эмоциональной окраской, полностью или частично переосмысленное. Фразеологические единицы придают речи живость и выразительность и являются мощным инструментом воздействия на аудиторию.

Рассмотрим ряд приемов перевода фразеологических единиц и проанализируем их применение на практике, взяв за основу телесериалы и современные фильмы.

Bosch was already feeling at ease with Julia. – *Босх уже чувствовал себя в своей тарелке при разговоре с Джулией* (Michael Connelly. The City Of Bones). Фразеологизм *feel at ease* имеет значение ‘чувствовать себя в своей тарелке, быть как дома, быть в себе’, что означает чувствовать себя непринужденно, спокойно, как обычно. Здесь выбран вариант, который показывает, что герою не просто комфортно общаться с девушкой, они разговаривают так, будто знакомы много лет.

Число эквивалентов в английском и русском языках невелико, поэтому часто приходится прибегать к поиску аналогов, фразеологических единиц, передающих тот же смысл, но основанных на другом образе: *I might not have caught you red-handed but I have a pretty fair idea of your lucrative sidelines.* – *Может, за руку я тебя еще не поймала, но о твоих махинациях представление имею* (Big Little Lies).

Целостное преобразование применяется в тех случаях, когда значение фразеологизма не получается определить, отталкиваясь от семантики отдельных слов. Тогда переводчику необходимо понять значение всего словосочетания в целом, после чего выразить общий смысл словами переводящего языка. Чаще всего он используется при переводе разговорной речи: *If you've made a fool of yourself you must eat humble pie.* – *Раз уж ты заварил кашу, так ты ее и расхлебывай.*

В зависимости от ситуации и особенностей фразеологической единицы переводчик может найти эквивалент, аналог, использовать описательный, лексический, контекстуальный, антонимический перевод, калькирование, целостное преобразование.

А. Карпей

БЕЗЭКВИВАЛЕНТНАЯ ЛЕКСИКА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ И СПОСОБЫ ЕЕ ПЕРЕВОДА

В докладе представлены результаты исследования безэквивалентной лексики в сфере образования ФРГ. Цель состояла в выявлении безэквивалентной лексики в сфере образования и определение способов ее перевода на

русский язык. После анализа 20 образовательных сайтов, таких как *studieren.de*; *bildungsexperten.net*; *schule-in-deutschland.de* и др., был отобран материал исследования, а именно 50 слов и словосочетаний.

Безэквивалентная лексика не однородна. Среди 50 слов и словосочетаний мы выделили выражения, имеющие переводные эквиваленты в русском языке, но денотат которых отличается спецификой, их число составило 36 %, и реалии – 64 %.

Выражения, денотат которых отличается спецификой, распределены следующим образом. На начальное образование приходится 6 выражений из 10. На среднее образование – также 6, но из 27. На высшее образование приходится тоже 6 из 13. Реалии распределены так. В области начального образования выявлено 4 реалии. В области среднего образования – 21 реалия. В области высшего образования выявлено 7 реалий. Например, *das Frühstudium* ‘возможность досрочного обучения в вузе для одаренных учеников’.

Установлено, что по своей структуре большинство проанализированных слов и словосочетаний являются композитами.

Представляется, что основной способ перевода отобранной безэквивалентной лексики – это описательный перевод. Достоинство описательного перевода состоит в том, что с его помощью можно раскрыть суть явления, обозначенного безэквивалентной лексической единицей. Его недостатком, однако, является громоздкость, которая может ухудшить качество перевода. Например, *das Beratungsgespräch* ‘консультация, помогающая определиться с выбором типа средней общеобразовательной школы’.

Несмотря на то, что многие слова и словосочетания обозначают сходные явления, процессы, объекты, как и в системах образования Беларуси и России, у них наблюдаются существенные денотативные различия. В этом случае представляется целесообразным использовать приблизительный перевод. Например, *die Beurlaubung* ‘академический отпуск’ (в учреждениях высшего образования ФРГ академический отпуск может длиться намного дольше, чем в учреждениях высшего образования Беларуси и России, а именно не более 6 семестров, за исключением случаев болезни; список причин, по которым студент имеет право взять академический отпуск, также немного отличается).

Можно использовать такой способ перевода, как калькирование. Это специфический прием, заключающийся в том, что составные части слова или словосочетания заменяются их коррелятами в языке цели. Недостатком этого способа является то, что калька не всегда раскрывает для читателя, незнакомого с иностранным языком, значение переводимого слова или словосочетания. Например, *das Kurssystem* ‘курсовая система’ (это система, согласно которой обучение в школе осуществляется в форме свободно выбираемых курсов по самым разным предметам. Таким образом, ученики имеют возможность выбрать те темы, о которых они хотят узнать больше в соответствии со своими талантами и интересами).

Предложенные варианты перевода могут уточняться и варьироваться в зависимости от контекста.

ПРОПУСКИ В ХОДЕ РЕАЛИЗАЦИИ СИНХРОННОГО ПЕРЕВОДА

Немалое количество статей по вопросам устного перевода посвящено проблеме обеспечения его качества. Классификация ошибок может быть разной у разных исследователей. Однако при оценке качества выполненного перевода пропуски часто воспринимаются как ошибки, вызванные неверным пониманием фразы или словосочетания, усталостью, стрессом и рядом других факторов. Проанализируем наиболее часто встречающиеся виды пропусков в ходе синхронного перевода.

1. Пропуск информации, например, отдельных слов или короткой фразы. При этом не меняется грамматическая структура предложения, потеря смысла здесь минимальна. Такие пропуски имеют второстепенное значение, так что большинство их, вероятно, приемлемо в контексте синхронного перевода.

2. Пропуски, связанные с пониманием, появляются в случаях, когда переводчик не понимает или не может интерпретировать часть текста. Нередко они включают значительные фрагменты текста. Порой такой перевод превращается в лоскутное одеяло, состоящее из переведенных элементов, склеенных воедино.

Также есть ряд более незначительных пропусков, практически не влияющих на итоговый вариант перевода:

а) пропуск связующего «и» между словами, фразами или предложениями, если он не влияет на смысл;

б) пропуск излишних и часто непереводаемых фраз – «заполнителей», таких как *well*, *now*, *you see* и т.д. Встречается в спонтанной и полуподготовленной речи;

в) пропуск описания, например, случаи, когда *this young man* переводится как *молодой человек*, или когда указанный элемент, такой как *children*, передается соответствующим местоимением *они*.

Пропуски имеют место при высоком темпе речи оратора, его невразумительности, иностранных акцентах, усталости переводчика, что вызывает необходимость применения компрессии в переводе. Данный прием может иметь негативный характер, поскольку решение о том, что стоит удалять из текста, часто субъективно или поспешно. Поэтому пропуски следует минимизировать и стремиться к точному воспроизведению оригинала на языке перевода.

ПРОБЛЕМА ЛОКАЛИЗАЦИИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР
(на примере ролевого боевика)

Локализация – это культурная и лингвистическая адаптация продукта для той аудитории (страны, региона, языкового ареала), где данный продукт будет использоваться и продаваться. Понятия локализации и перевода не равнозначны, поскольку перевод – это процесс преобразования письменного или устного текста из одного языка в другой. Однако именно перевод является главнейшим инструментом передачи содержания при локализации.

К трудностям, с которыми сталкиваются локализаторы, можно отнести формат даты и времени. Неправильная последовательность дня и месяца, точка или запятая вместо двоеточия могут значительно испортить впечатление от игры. Важно учитывать несоответствие объемов текста на различных языках, особенно при локализации интерфейса. Поскольку место для текста на экране одно и то же, а тексты оригинала и перевода могут значительно отличаться по длине, в таком случае придется прибегнуть к различным трансформациям, сокращающим либо увеличивающим объем текста.

Если игроку предоставляется возможность выбрать пол персонажа, все внутриигровые упоминания о нем должны быть отображены с использованием соответствующего грамматического рода. По возможности в подобных случаях желательно создать два варианта перевода:

Прости, парень/детка ... У меня есть важные дела. Потом поговорим.

Отдельную проблему представляют имена и названия, особенно в играх с фэнтезийными элементами. В таком случае задача локализаторов – сохранить соответствующую атмосферу. Это можно осуществить с помощью стратегий транслитерации и транскрипции: *Potema* ‘Потема’, *Mephala* ‘Мефала’, *Kyne* ‘Кин’, *Markarth* ‘Маркарт’; комбинации стратегий транскрипции и калькирования: *Northwind Summit* ‘Вершина Северный Ветер’, *Ulfric Stormcloak* ‘Ульфрик Буревестник’, *Grimvar Cruel-Sea* ‘Гримвар Жестокое Море’.

Особую трудность представляют так называемые «пасхалки»:

That's privileged information. Now move along ‘Кому положено знать, те знают. Иди своей дорогой.’

В оригинале реплика является отсылкой к фильму «Люди в Черном», в котором агенты, стирая очевидцам память, говорят: “Move along now, nothing to see here”. В русской локализации отсылка была заменена для лучшего восприятия: слова *иди своей дорогой* являются частью популярной в русскоязычном игровом сообществе фразы *иди своей дорогой*, *Сталкер* и являются аллюзией на игру S.T.A.L.K.E.R.: Тень Чернобыля.

В случае если локализатор посчитает, что игроки не распознают отсылку, может использоваться тактика нейтрализации: *I'll Met by Moonlight* ‘Зов луны’.

Подводя итог, отметим, что при локализации компьютерных игр могут возникнуть трудности, связанные как с переводческой, так и с технической и культурной сторонами локализации.

ЛОЖНАЯ ПОЛИТКОРРЕКТНОСТЬ И ПЕРЕВОД

Манипуляция человеческим сознанием и действиями может осуществляться за счет разнообразных средств, включая языковые средства и приемы. Речевая манипуляция – это речевое воздействие, направленное на скрытое побуждение адресата к совершению определенных действий или формированию определенной установки (В. Е. Чернявская). Языковое манипулирование – это стратегия речевого воздействия на адресата. Чаще всего она используется в политическом дискурсе и в языке СМИ, причем необходимо отметить, что тактики манипуляции весьма схожи в политическом и рекламном дискурсах.

В политическом дискурсе различают политическую корректность и ложную политическую корректность. Профессор С. Г. Тер-Минасова предлагает следующее определение первого явления: «Политическая корректность есть стремление найти новые способы языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства индивидуума, ущемляют его человеческие права в отношении расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и т.п.». Ложная политкорректность – речевое поведение, намеренно искажающее действительность, направленное, например, не на нейтрализацию, а на подмену понятий.

Ложно политкорректные высказывания можно разделить на две группы, которые основаны на: 1) очернении того, что может быть оценено нейтрально или даже положительно, например, использование слова *sect* вместо *party* (*Labourparty*), очерняя тем самым значение ‘партия’ значением ‘секта’;

2) облагораживании того, что подлежит отрицательному восприятию, но преподносится в заведомо ложном виде, например, ложное политически корректное выражение *social and economic marginalization* в значении ‘социальная и экономическая маргинализация’ заменяет «неудобное» понятие *poverty* ‘бедность’.

Ложная политкорректность и понятия *эвфемизация* и *дисфемизация* неразрывно связаны, так как признаками ложной политкорректности являются именно их ложные аналоги (последние в свою очередь являются таковыми, так как несут в себе манипулятивную составляющую). Ложная политкорректность – это явление, которое комбинирует в себе признаки ложной эвфемизации и ложной дисфемизации, которые служат инструментами ложной политкорректности и приемами подмены понятий. Эвфемизация и дисфемизация отличаются от ложной эвфемизации и ложной дисфемизации соответственно лишь лексемой *ложная*, в которую вложен смысл ‘манипулятивная’, то есть главное отличие – это наличие в них манипулятивного потенциала, который позволяет формировать искаженное восприятие действительности. Таким образом, ложная эвфемизация – это облагораживание заведомо негативного, а ложная дисфемизация – это очернение заведомо положительного.

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА АУДИОВИЗУАЛЬНОГО МАТЕРИАЛА ПО МЕДИЦИНСКОЙ ТЕМАТИКЕ

Аудиовизуальный перевод – это особый вид переводческой деятельности, поскольку его нельзя отнести ни к устному, ни к письменному переводу; он находится «между» этими двумя видами перевода.

Основными и наиболее распространенными видами аудиовизуального перевода являются субтитры, дубляж и закадровый перевод.

Основная задача аудиовизуального перевода – донести до зрителя художественно-эстетические достоинства оригинала. Переводчик должен создать полноценный художественный текст на языке перевода.

Для медицины важным является передать большой объем информации в максимально упрощенной и уплотненной форме, используя различные сокращения, сочетания слов.

При анализе материала сценарного текста сериалов по медицинской тематике были выявлены следующие трудности, которые могут возникнуть при переводе медицинских текстов: аббревиатуры, проблемы понимания, интерпретации и адекватности, синонимия терминов, использование эпонимов и профессионализмов, ложные друзья переводчика.

Наиболее проблемными для аудиовизуального перевода являются профессионализмы, сокращения и аббревиатуры.

Профессионализмы имеют достаточно узкую сферу употребления, они, как правило, не имеют эквивалента в русском языке, в аудиовизуальном формате перевод профессионализмов также осложнен особенностями этого вида перевода: необходимостью передать разговорный стиль и временными ограничениями, связанными с дальнейшим озвучиванием. *Baby catcher* (досл. *Ловец младенцев*) – это профессионализм, которым в кругу врачей называют акушеров, например: *Maybe it's baby catchers' fault?* – *Может это акушеры напортачили?*

Сложность передачи аббревиатур и сокращений связана с тем, что система аббревиации и усечений в русском языке не настолько развита, как в английском, поэтому переводчику приходится тщательно работать с медицинской специализированной литературой, чтобы правильно дешифровать термин, а потом произвести покомпонентный перевод. Перевод сокращений и аббревиатур в телесериале на медицинскую тему осложняется последующим озвучиванием материала: *OD (overdose)* ‘передозировка’; *MRI (Magnetic Resonance Imaging)* ‘МРТ’ (магнитно-резонансный томограф).

Таким образом, самыми распространенными трудностями при переводе аудиовизуального материала являются профессионализмы, сокращения и аббревиатуры. С учетом специфики аудиовизуального перевода переводчики пользуются приемами компрессии, генерализации и грамматической замены, калькирования и транслитерации.

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ БЕЛОРУССКИХ РЕАЛИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

В фокусе исследования находился прагматический потенциал национально окрашенной лексики (белорусских реалий) и особенности передачи данных лексем на английском языке. Основой для анализа послужил туристический путеводитель «Беларусь» Н. Робертса и видеоблог, в рамках которого британский блогер Bald and Bankrupt делает видеообзоры о белорусской глубинке. Автор YouTube-канала о путешествиях делает видео про необычные места Беларуси.

Из туристического путеводителя было отобрано 53 лексические единицы национально окрашенной лексики (реалий), без учета их частотности. В 7 эпизодах видеоблога (общей продолжительностью 148 минут) было найдено 92 единицы, которые мы отнесли к белорусским реалиям. Они были классифицированы по наличию коннотации, тематике и хронологии.

Из 92 единиц только одна могла быть отнесена к положительно окрашенным: *Your dear land* (*Родны край*); одна – к отрицательно окрашенным – *otstoi* (*отстой*). Большая же часть национально маркированной лексики была нейтральной и не содержала в себе дополнительных оценочных коннотаций: *meatballs* (*фрикадельки*), *tsar* (*царь*), *Minsk* (*Минск*), *country-style potato* (*картофель по-деревенски*). Как правило, сообщения, включающие реалии, носили нейтральный характер, сообщали информацию, не выражая к ней положительного или отрицательного отношения.

В печатном издании (путеводителе) практически не было найдено негативно окрашенных единиц, к негативным, пожалуй, можно отнести только единицу *мафия*. Что касается тематики, преобладающими реалиями были гастрономические, бытовые и социальные.

В выбранных источниках транслитерация, описательный перевод и транскрипция являются одними из наиболее популярных методов перевода языковых реалий. Однако в некоторых случаях их применение недостаточно корректно. Так, особая прагматика содержится в лексеме *шашлыки*. Согласно описанию, представленному в книге, местные жители пригласили автора на шашлыки, которые он перевел фразовым словосочетанием *forest picnic*, не передающим прагматику оригинала (мы также встретили в работах по переводоведению варианты *shashlyk*, *barbeque*, по нашему мнению, ошибочные). В белорусской лингвокультуре *шашлыки* обозначает ‘мероприятие в лесу, проводимое на открытом воздухе, с приготовлением мяса на костре’. Транскрипция в совокупности с переводческой сноской или уточнением было бы более удачным решением передачи данной реалии.

СИНОНИМИЯ В МЕДИЦИНСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

Синонимия является неотъемлемой частью лексического разнообразия языка, будучи при этом неблагоприятным феноменом в случаях точной коммуникации, в частности, в сфере медицины. Наличие синонимов в терминологической системе не способствует точности выражения и описания научных понятий, что, в свою очередь, затрудняет коммуникацию между специалистами разных стран, ставит определенные трудности при подборе эквивалентных обозначений при переводе научных медицинских трудов с одного языка на другой.

С точки зрения перевода медицинская терминология требует унификации и гармонизации. Наличие большого числа синонимов для одного и того же понятия вызывает необходимость выделения предпочтительного обозначения, которое соответствовало бы максимальному количеству требований к формированию термина (точность, прозрачность, адекватность, выводимость, предпочтение родного языка, экономия и др.) и наиболее полному отображению объема и содержания понятия. Остальные единицы можно считать дополнительными обозначениями, которые могут использоваться в зависимости от стиля текста или контекста. Предпочтительный термин должен быть понятен не только специалистам, но и более широкому кругу лиц, не являющихся специалистами в медицине. Тот же механизм работает и для переводчика: ориентируясь на дефиниции, он должен подобрать точный эквивалент для предпочтительного и дополнительных терминов.

Приведем простой пример. Понятие *болезнь* в английском языке имеет восемь обозначений: *disease, illness, sickness, disorder, trouble, distress, disturbance, condition*. Не все они обладают одинаковой валентностью и не являются абсолютно взаимозаменяемыми. Судя по дефинициям, предпочтительным обозначением можно считать *disease*.

Интересно также отметить случаи, когда синонимами выступают единицы на национальном языке и единицы латино-греческого происхождения (например, *frachea* и *windpipe, pertussis* и *whooping cough*). С одной стороны, латино-греческие термины имеют преимущество: их значение с течением времени не меняется, они остаются нейтральными, не приобретают стилистической окраски, являются наиболее точными в синонимическом ряду. С другой стороны, они не вполне прозрачные: едва ли они будут адекватно восприняты неспециалистом. Следовательно, при переводе необходимо ориентироваться на целевую аудиторию: как правило, латино-греческие термины используются для обмена информацией между профессионалами.

Можно сделать вывод, что синонимия в медицинской терминологической системе—явление нежелательное, часто затрудняющее устную и письменную коммуникацию и перевод. Унификация терминологии и закрепление стандартных, предпочтительных обозначений может стать одним из шагов к устранению этой проблемы.

КОНЦЕПЦИЯ КАЧЕСТВА ПЕРЕВОДА

В теории перевода основными критериями оценки его качества выступают эквивалентность и адекватность. Эквивалентность – относительная общность содержания оригинала и перевода. Адекватность – степень обеспечения полноты межкультурной коммуникации в конкретных условиях. Обе категории являются нормативно-оценочными, хотя не всегда объективно отражают качество перевода.

Традиционно принято считать, что качественный перевод стремится к максимальному уровню эквивалентности и адекватности. Однако не всегда возможно одновременно достигнуть предельной эквивалентности и адекватности перевода из-за разницы языковой и культурной среды. Один из критериев может стать ключевым при оценке качества перевода, снижая роль другого. Достижение максимальной эквивалентности в ущерб адекватности обосновано при переводе текстов юридического характера, например, договоров, где особенно важно исчерпывающе передать текст оригинала, в остальных же случаях это может привести к снижению качества перевода.

Например, перевод английской скороговорки *The rains in Spain Fall mainly in the plains* как 'Карл у Клары украл кораллы' является адекватным, но не эквивалентным. Скороговорка взята из пьесы «Пигмалион» Б. Шоу. Она применялась как средство отработки дефектного звука у носителя диалекта. Благодаря такому переводу не знакомый с особенностями диалектов английского языка читатель способен уловить суть происходящего. В данном примере отражено применение культурной адаптации как одного из приемов достижения адекватности перевода. Следует также отметить, что критерий эквивалентности может быть вовсе неприменим, ведь он не позволяет оценить качество реферативного или аннотационного перевода. Также эквивалентность может терять своё значение при переводе названий различных произведений и текстов рекламного характера. Например, добавление при переводе названия фильма *Paddington* как «Приключения Паддингтона» не снижает качество перевода. Акцент смещается на слово *приключения*, которое должно привлекать внимание целевой аудитории фильма – детей; противоречий с сюжетом при этом не возникает.

Другими же критериями качества перевода могут выступать количество нарушений грамматических норм языка перевода, степень выполнения особых требований заказчика и расхождение в форматировании текста перевода и текста оригинала.

Таким образом, с точки зрения лингвистики наиболее универсальной оценочной категорией качества перевода является адекватность, т.к. она отражает реализацию прагматического потенциала текста оригинала и применима практически ко всем видам перевода.

СТРАТЕГИЯ АДАПТАЦИИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО МУЛЬТФИЛЬМА «ХОЛОДНОЕ СЕРДЦЕ» ДЛЯ РУССКОЯЗЫЧНОЙ АУДИТОРИИ

В связи с развитием современных технологий значительно изменились подходы и требования к созданию анимации, как взрослой, так и детской. Кинопродукция стала повсеместно доступной, в силу чего возрастает актуальность качественного аудиовизуального перевода, а также усиливается роль адаптации кинопродукции для иной аудитории, принадлежащей к иной лингвокультуре.

Материалом нашего исследования послужил достаточно популярный детский англоязычный мультфильм «Холодное сердце», на примере которого были проанализированы особенности адаптации материала для русскоязычной аудитории. Для осуществления качественной адаптации, с учетом прагмалингвистических и стилистических особенностей оригинала, переводчику необходимо принимать во внимание такие факторы, как время и место создания исходного продукта, намерения авторов создаваемого продукта, социальные и возрастные характеристики получателя, возможности лингвистического и технического порядка на языке киноперевода.

Нами анализировались единицы лексического, синтаксического, фонетического и жанрово-стилистического уровней языка, отобранные из мультфильма «Холодное сердце». Были выявлены особенности их адаптации для русскоязычной детской аудитории. Так, в фильме используется простая и понятная детской аудитории лексика, отсутствуют устаревшие слова, профессионализмы и термины. Лексика представлена тремя тематическими группами. Группа лексических единиц тематики событий Средних веков составила 40 % выборки (*king* ‘король’, *Your Highness* ‘Ваше Высочество’, *prince* ‘принц’); группа слов фэнтези – 35 % (*power* ‘магия’, *trolls* ‘тролли’, *sorcery* ‘колдовство’); современная лексика и реалии – 25 % (*clogs* ‘шлёпки’, *sun balm* ‘крем от загара’, *luiefish* ‘сушеная треска’). Это связано с особенностями тематической направленности мультфильма. На синтаксическом уровне преобладают простые предложения, которые реализуются в диалогах. Например: *I leave Prince Hans in charge* ‘Вверяю вас принцу Хансу’. В 20 проанализированных отрывках диалогов 80 % актуализированы простыми предложениями, в 20 % случаев одна из реплик являлась сложным предложением. Фонетические особенности оригинала (акцепт одного из второстепенных персонажей) не были переданы при адаптации. В качестве особенностей жанрово-стилистического уровня необходимо отметить использование переводчиком разговорной лексики (*kiss* ‘чмокнуть’, *hello* ‘здрассте’, *wash* ‘простирну’) и средств образно-художественной выразительности (*warm hugs* ‘жаркие объятия’).

Таким образом, переводческая адаптация англоязычного детского анимационного фильма учитывает прагмалингвистические и жанрово-стили-

стические особенности оригинала для создания эквивалентной русскоязычной версии детского мультфильма с опорой на факторы лингвокультурных различий обоих языков.

II. Краснокутская

ОСОБЕННОСТИ СМЫСЛОПОСТРОЕНИЯ ПОСРЕДСТВОМ МЕТАФОРЫ В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Метафорическое смыслопостроение в общественно-политическом тексте связано с выстраиванием целой системы метафорических смыслов, повторно воспроизводящихся в текстах политической коммуникации, которые образуют единое смысловое поле, в рамках которого функционируют общие и частные смыслы, отражающие архитипические представления или выступающие как непосредственно создаваемые или воссоздаваемые в соответствии с текущей ситуацией действительности смысловые конструкты.

Политическая метафора есть речевое воздействие с целью формирования у реципиента (чаще всего – у общества) либо положительного, либо отрицательного мнения о той или иной политической единице. Политическая метафора сегодня рассматривается как ведущий способ мышления и инструмент аргументации, обладающий сильным прагматическим эффектом способностью влиять на процесс принятия решений.

Картина политического мира, создаваемая человеком, в значительной степени антропоцентрична: человек метафорически создает политическую действительность в виде некоего подобия его тела и его физиологических состояний, причем из всех ее разновидностей наибольший интерес вызывает морбиальная метафора, или метафора болезней, которую иногда относят к медицинской: *The economic **ills** we suffer have come upon us over several decades*. Эта метафора, особенно отличающаяся своим эмотивным потенциалом и создаваемая, прежде всего, для того, чтобы перенести имеющееся у аудитории эмоциональное отношение к понятию источника на понятие, которое концептуализируется метафорическим значением слова.

В семантическую классификацию входят также следующие типы метафор: спортивная: *Instead, we have **drifted**, and that drifting has eroded our resources*; финансовая: *Therefore, I would like to invite all patriots to give their votes to Croatian Democratic Union because that is the best **investment** in the Croatian future!*; строительная: *While America **rebuilds** at home, we will not shrink from challenges ... of this new world*; математическая: *These Americans are counting on us*; техническая: *We could turn off that **spigot** by charging them tax ...*; военная: *While others...**are fighting for** the power, we are offering better*; эмоциональная: *They have increased unemployment and greatly **embarrassed** our financial and credit system*; временная: *We **took the time** while being in the political opposition and modernized our political views not forgetting our roots*; позиционная: *...and our financial markets failed to find **a firmer footing***.

Результаты статистического анализа различных типов общественно-политических статей показывают, что частотность употребления в них политической метафоры составляет около 12 %.

Д. Кудрицкая

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ПОЛИТКОРРЕКТНОЙ ЛЕКСИКИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Политическая корректность (ПК) – это термин, который в первую очередь относится к языку, политическим идеям, затрагивающим вопросы, связанные с дискриминацией, отчуждением политически, социально или экономически обездоленных групп и лиц, которые имеют физические особенности.

Наиболее явственно данная языковая политика ощущается в сфере образования: вводятся новые термины – *культурное многообразие* (*cultural diversity*) и *мультикультурализм* (*multiculturalism*).

В словаре политкорректного языка *poor people*, т.е. *бедняки*, теперь называются *disadvantaged*; а *old people*, т.е. *старики*, – *seniors*; *persons of color* именуются представители разных рас, кроме индоевропейцев; *natives* – *туземцы* – стали *indigenous people*. Многие американцы предпочитают говорить не *mankind* (*человечество*), а *humankind*.

Современная политическая ситуация свидетельствует об обострении форм борьбы за власть и поднимает проблему теоретизации взаимодействия дискурса и власти. Все происходящее в истории конкретного общества и его различных сферах имеет собственное уникальное отображение в языке. Политический дискурс есть особый язык политики, представляющий этот мир.

Развитие политкорректности в религиозной сфере закончилось тем, что в некоторых странах праздничное поздравление *Merry Christmas* (*веселого Рождества*) было заменено на *Happy Holidays* (*счастливых праздников*) в том случае, когда оно было обращено к людям разного или неизвестного вероисповедания (к примеру, в публичных выступлениях).

В СМИ существовала путаница, касающаяся правильного обращения к транссексуалам (он/она). В английском языке сегодня принято употреблять местоимение *they* вместо *everyone* и *everybody* вместо *he* или *she*. К примеру: *Everyone should be kind, don't they?*

Явление эвфемизации можно рассмотреть на примере ораторского выступления бывшего президента США. Вместо личных обращений к слушателям Обама использовал в своих речах конструкцию *let us: With common effort and common purpose, with passion and dedication, let us answer the call of history and carry into an uncertain future that precious light of freedom.* – *С общими усилиями и общей целью, со страстью и преданностью, давайте ответим на вызов истории и будем идти в будущее, как к драгоценному свету свободы.*

Политическая корректность является обобщающим названием эвфемизации речи в политическом дискурсе. Целью создания языка политкорректности послужило установление дружественных и уважительных отношений между различными этническими группами.

М. Кузьминых

СТРАТЕГИЯ КОМПРЕССИИ В ПРОЦЕССЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ УСТНОГО ПЕРЕВОДА

Мыслительная область выступает той сферой, в которой проявляется принцип экономии в деятельности человека. Поэтому закономерным является стремление человека к минимальным затратам во всех сферах деятельности, в первую очередь, речевой.

В теории и практике перевода принцип экономии в языке наиболее ярко проявляется в компрессии. А. Ф. Ширяев определяет речевую компрессию следующим образом: «Способ уменьшения объема сообщения без нанесения существенного ущерба выполнению задачи, которую ставит перед собой говорящий, называется компрессией (речевой компрессией)».

Вслед за Г. В. Черновым, В. М. Илюхин предлагает достаточно компактную классификацию, выделяя всего четыре вида компрессии по способу ее осуществления:

1) слоговую (выбор более краткого слова): *to take pride – гордиться, кроме того – also*;

2) синтаксическую (выбор более краткой конструкции):

I don't think there was a solution that would have provided the British with a way of avoiding the war. – Поэтому я не вижу, что у Британии был выбор и возможность избежать войны (преобразование придаточного подлежащего в дополнение);

3) лексическую (выражение мысли меньшим числом слов):

But now, as then, we know, deep down, that it is the right thing to do. – Но теперь, как и тогда, в глубине души мы знаем, что это правильно;

4) семантическую (сокращение повторяемости избыточных слов):

So by having an elevator, a sort of a car skate, that's on an elevator you can integrate the entrance and exits to the tunnel network just by using two parking spaces. – С помощью лифта, своего рода скользящей плоскости для машины, можно объединить въезд в туннельную сеть и выезд из неё, используя только два парковочных места (опущение повторяющегося слова *elevator*).

Таким образом, стратегия компрессии активно используется в переводческой деятельности. Она позволяет не только экономить время переводчика, но и помогает аудитории лучше понять мысль оратора.

ОСОБЕННОСТИ ДИПЛОМАТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА И ЕГО ПЕРЕВОДА

Дипломатический дискурс – это процесс (речь) и результат (текст) официально-делового характера, имеющий определенные характеристики и особенности. Особенность и сложность устного перевода дипломатического дискурса заключается в одновременном анализе самой ситуации общения, процессов, происходящих в сознании участников, и речи.

Стилистические особенности перевода дипломатического дискурса вытекают из официально-делового стиля, который характеризуется сдержанностью, четкостью формулировок, наличием клише, например: *Дорогие соотечественники, высокие гости!* – *Fellow compatriots, distinguished guests!*

Обращения, монологи и диалоги президентов отличаются большей эмоциональностью с целью воздействия на слушателя. В речи часто используются инклюзивные конструкции, которые усиливают степень контактности и настраивают на диалог (*мы вместе, мы все*): *Все вместе, мы создали жизнеспособное, стабильно развивающееся государство.* – *Together, we have created a viable, steadily developing country.*

К лексико-грамматическим особенностям перевода относятся транслитерация (передача иностранных имен и названий), транскрибирование, калькирование (названия организаций, партий), генерализация (особенно часто при переводе с русского на английский), идиоматический перевод (*кто в доме хозяин* – *who is the boss*), перевод аббревиатур (*АПК, агропромышленный комплекс* – *AIC, agro-industrial complex*).

Русский язык отличается большим количеством сложных структур и предложений, рема в русском языке находится в конце предложения, а в английском языке – в начале, поэтому при переводе часто прибегают к изменению порядка слов (перефраз), например: *Подчеркиваю, без всякой лести, впервые за все предвыборные кампании, это была кампания, наблюдая за которой я и все вы гордились сами собой и гордились нашим народом.* – *For the first time in election history, say it with no flattery, this particular campaign made me and all of you proud of ourselves.*

Таким образом, лексические, грамматические и стилистические особенности перевода определяются не только разницей языков, но и различиями в политической культуре разных стран. Многие переводческие трансформации помогают специалистам преодолеть лингвистические трудности устного и письменного перевода.

СПЕЦИФИКА ЛОКАЛИЗАЦИИ НАЗВАНИЙ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

Проведенное исследование посвящено *локализации* компьютерных игр – разновидности переводческой деятельности в виде культурной и лингвистической адаптации электронного продукта. Локализация – важная задача для разработчиков, потому что от качества перевода непосредственно зависит успех продвижения видеоигры за рубежом. Впечатление о проекте, как позитивное, так и негативное, может сложиться под влиянием названия видеоигры, поэтому ниже мы проанализируем общие тенденции при локализации названий компьютерных игр на русский язык.

Стоит сразу отметить тенденцию известных крупных игровых проектов, которые предпочитают не переводить оригинальные названия. Многопользовательские онлайн-игры – яркий этому пример: *Battlefield*, *Heartstone*, *Call of Duty* и другие видеоигры с многолетней историей. Названия могут не переводиться по условиям договора между разработчиками и локализаторами.

Одной из самых спорных тактик при переводе названий является «частичный» перевод. Так, для примера возьмем *UnchartedTM: Натан Дрейк. Коллекция* (орг. *UnchartedTM: The Nathan Drake Collection*). Такое название весьма неоднозначно, потому что сам главный герой в первой и второй частях представлялся *Нейтоном*, а в третьей части говорит, что его зовут *Натан*. В первых двух частях полное имя главного героя звучит всего пару раз. Чаще его называют просто по фамилии, *Дрейк*, или сокращено – *Нейт*. В четвертой части имя *Натан* звучит 11 раз, а вот имя *Нейтон* говорит только брат главного героя. Таким образом, в одной сцене персонажи могут назвать главного героя и *Нейтон*, и *Натан*. Возможно, такая ситуация сложилась из-за работы разных команд локализаторов. Аналогичная ситуация наблюдается и с франшизой *Assassin's Creed*, части которой в российской локализации путем калькирования получили такие подзаголовки, как «Откровения» (*Revelations*), «Единство» (*Unity*), «Черный Флаг» (*Black Flag*). Встречаются примеры перевода названий с частичным искажением смысла. Пример этому *The Last of Us*, получившей название «Одни из нас», тогда как эквивалент – «Последние из нас». В итоге теряется суть игры – борьба за выживание. Но тут вмешался экстралингвистический фактор: дословный перевод сильно сказался бы на дизайне обложки, откровенно испортив ее. Соответственно был переведен и сиквел *The Last Of Us. Part 2* – «Одни из нас. Часть 2».

Таким образом, можно выделить несколько ключевых аспектов в переводе названий: в первую очередь оно должно сохранять лаконичное звучание, быть интерлингвистическим, запоминающимся и броским. При локализации названия желательно, чтобы его длина соответствовала оригиналу. Чаще всего при переводе названий переводчиками используется калькирование, однако встречаются приемы лексической замены и генерализации. Перевод названия игры может зависеть от экстралингвистических причин.

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ

Понятие языковой игры подразумевает плюрализм смыслов. Языковая игра может осуществляться на всех уровнях языка: лексическом, семантическом, словообразовательном и фонетическом. Одной из разновидностей языковой игры является каламбур.

По мнению О. В. Троицкой, основными приемами перевода каламбура являются опущение, компенсация и калькирование. Опущение подразумевает отказ от передачи каламбура. Компенсация – это замена переданного компонента оригинала аналогичным компонентом, восполняющим потерю информации и способным оказать схожее воздействие на реципиента. Калькирование означает, что лексические единицы одного языка переводятся путем замещения их структурных компонентов соответствующими элементами языка перевода. Данные приемы обычно применяются в следующих случаях:

1) при переводе полисемантических каламбуров (*Улыбки разных широт* – географическое понятие и характеристика улыбки);

2) при переводе омонимичных каламбуров (*"I had NOT!" cried the Mouse, sharply and very angrily. "A knot!" said Alice*), в предложении из третьей главы «Алисы в Стране Чудес» *not* – отрицательная частица и *knot* – существительное *узел*. Н. М. Демурова строит каламбур на полисемии слова *вынести*: 1) 'вытерпеть, выдержать'; и 2) 'унести, доставить наружу, за пределы чего-то': «*Этого просто не вынести!*» – «*А что нужно вынести?*»);

3) при переводе антонимичных каламбуров (*Многие американцы сложили головы в джунглях Меконга. Многие подняли их, бросив вызов «грязной войне»*). В английском нет подходящего по форме аналога для выражения *сложить голову* (*to lay down one's life*), его можно заменить как *to lose one's head*);

4) при переводе каламбуров на основе значимых имен собственных;

5) при переводе каламбуров на основе вымышленных слов. (Окказионализм *Sens-O-Matic* – *sense* 'чувство, ощущение' и *automatic* 'автоматический'. Первый переводчик, В. В. Баканов, перевел путем сращения – *чуткомат*. Второй переводчик, В. С. Филиппов, берет за основу слово *sense* и посредством аффиксации образует окказионализм *ощущатель*).

Между эквивалентами обнаруживаются незаметные при других обстоятельствах расхождения, например, в сочетаемости, стилистической окрашенности или эмоциональном заряде, в наборе синонимов или антонимов, в этимологии и т.д. Иногда достаточно незначительного с виду отличия, чтобы создать препятствие для правильной передачи игры слов на язык перевода и заставить переводчика искать новые способы и приемы. При работе с каламбуром (языковой игрой слов) переводчик прибегает к стилистическим приемам перевода, к которым обычно относят буквальный перевод, компенсацию и прием транслитерации.

О КОНЦЕПТЕ «БОЛЬ»

Понять человека, говорящего на другом языке, а главное – уловить смысл сказанного, не всегда получается. Тем более передать чувства, выраженные словами на другой язык очень непросто. Каждый индивид имеет свои отличительные лингвистические, физические, психологические и культурные особенности.

Рассмотрим, как понимается концепт «боль» разными людьми. Предположим, мы переживаем какое-то болезненное состояние: как его передать словами на русском языке, а при необходимости – на английском языке в ситуации перевода?

Слова *боль* и *pain* или *ache* не всегда совпадают в своем семантическом объеме в русском и английском языках. Когда болит живот или голова, по-английски говорят: *I have a stomachache* или *I have a headache*, а когда болит горло – *I have a sore throat*. Если нас ударили, мы тоже испытываем боль, но передается это состояние боли иначе: *It hurls me*, или *I feel the pain in my back*, или *my knee is painful*. Представим, что человек раскрывает перед нами свои проблемы и говорит: *У меня болит душа* ‘it makes my heart ache’. Здесь выражается боль иного, психологического характера. Интересно проследить связь в английской фразе со словом *сердце*.

Наш мозг собирает наш опыт боли, физической и душевной, в единый комплекс. Это значит, что с концептом «боль» связано много признаков и ассоциативных рядов в зависимости от жизненного опыта индивида.

В рамках нашего исследования мы провели анкетирование 30 респондентов в возрасте от 20 до 25 лет с целью выявить, как понимают молодые люди концепт «боль», какие имеют ассоциации со словом *боль*.

85 % респондентов считают, что боль связана только с негативным аспектом жизненных ситуаций, 15 % респондентов указали на положительный характер испытанной боли (из них 13 % связали боль с занятиями спортом, а 2 % – с донорством). 80 % респондентов связывают с болью такие понятия, как *обида, предательство, разочарование, одиночество, безразличие, потеря*. Для 20 % респондентов с концептом «боль» связано понятие *любовь*. Было замечено, что респонденты, которые относят к боли *продвижение по службе, работу, счастье*, ведут активный образ жизни, например, занимаются спортом. Респонденты, которые связывали *боль* с *любовью*, считают, что испытывали *страдание* и имели *неприятный опыт в прошлом*.

Международная ассоциация по изучению боли (IASP) определяет боль как неприятное сенсорное или эмоциональное переживание. В медицине имеются свои классификации боли, физического или психогенного характера, острая, хроническая и др. признаки боли. В Словаре русского языка С. И. Ожегова *боль* определяется как «ощущение страдания».

Переводчику, следовательно, важно определить, с каким ассоциативным рядом связано понятие «боль», и какой признак данного концепта является доминирующим, чтобы точно и адекватно передать смысл высказывания.

В. Лапша

СПОСОБЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ КОГНИТИВНОГО ДИССОНАНСА В ПЕРЕВОДЕ

Понятие *когнитивный диссонанс* было введено известным американским социальным психологом Леоном Фестингером в 1957 году как описание способа устранения смысловых конфликтных ситуаций при изменении мнений. По классическому определению Л. Фестингера, когнитивный диссонанс – это несоответствие между двумя когнитивными элементами (когнициями) – мыслями, опытом, информацией и т.д., при котором отрицание одного элемента вытекает из существования другого, и ощущение дискомфорта, связанное с таким несоответствием. Когнитивный диссонанс может пониматься как условие, приводящее к действиям, направленным на его уменьшение. Поскольку стремление к уменьшению когнитивного диссонанса – это базовый процесс, свойственный человеку, не удивительно, что его проявления могут наблюдаться в широком диапазоне сфер, в том числе и в переводе, где когнитивный диссонанс представляет собой категорию речевого взаимодействия, содержательной сущностью которой является несоответствие между когнициями коммуникантов, репрезентируемое на уровне языкового выражения.

Когнитивный диссонанс реализуется на различных уровнях в структуре языковой личности и проявляется наиболее очевидно в результате следующих факторов: нарушение кодовых языковых соответствий, несогласованность в сфере фоновых знаний коммуникантов, нарушение принципов и постулатов организации речевого взаимодействия, а также ряда факторов экстралингвистического характера.

Для преодоления когнитивного диссонанса переводчику следует заранее готовиться к переводу, изучая терминологию и особенности, связанные с тематикой предстоящего перевода, а также анализируя предыдущие речи оратора. Переводчик обязан иметь обширные фоновые знания, на случай если докладчик прибегнет к использованию высказываний, цитат, крылатых выражений или пословиц, которые уже имеют устоявшийся перевод.

В случае столкновения с эффектом когнитивного диссонанса во время перевода специалист имеет право прибегнуть к приемам добавления и опущения лексических единиц. Во время синхронного перевода можно воспользоваться стратегией столлинга – замедления подачи перевода, чтобы выиграть время, или стратегией вероятностного прогнозирования – определения лингвистических составляющих текста, которые появятся далее в речи оратора.

ТРАНСЛИТЕРАЦИЯ И ТРАНСКРИПЦИЯ В ПЕРЕВОДЕ

В своей работе «Теория перевода (лингвистические аспекты)» В. Н. Комиссаров определил транскрипцию и транслитерацию как способы перевода лексической единицы оригинала путем воссоздания ее формы с помощью звуков и/ или букв переводящего языка. При транскрипции воспроизводится звуковая форма иноязычного слова, а при транслитерации – его графическая форма (буквенный состав). Ученый также отмечает, что «ведущим способом в современной переводческой практике является транскрипция с сохранением некоторых элементов транслитерации». Потому как графические и фонетические системы языков сильно отличаются друг от друга, передача формы слова исходного языка на языке перевода всегда несколько условна и приближительна: *skateboarding* ‘скейтбординг’ (катание на роликовой доске); *cyberbullying* ‘кибербуллинг’ (общение в Интернете с целью запугивания, угроз или оскорбления); *crowdfunding* ‘краудфандинг’ (сбор денег большим количеством людей, но при этом каждый жертвует небольшую сумму); *bridezilla* ‘брайдзилла’ (описание женщины, которая при подготовке к свадьбе ведет себя истерично).

Известно, что для каждой пары языков разрабатываются правила передачи звукового состава слова исходного языка, указываются случаи сохранения элементов транслитерации и традиционные исключения из правил, общепринятых в настоящее время. В англо-русских переводах с использованием транскрибирования встречаются элементы транслитерации. Чаще всего в транслитерации некоторых непронизносимых согласных и редуцированных гласных: *Dorset* [‘dasit] ‘Дорсет’; *Campbell* [‘kaembal’] ‘Кэмпбелл’; передаче двойных согласных между гласными и в конце слов после гласных: *Bonnars Ferry* ‘Боннерс Ферри’; *boss* ‘босс’ и сохранении некоторых особенностей орфографии слова, позволяющих приблизить звучание слова в переводе к уже известным образцам: *Hercules missile* ‘ракета «Геркулес»’. В теории перевода учеными отмечаются традиционные исключения, которые касаются имен исторических личностей и некоторых географических названий: *Charles I* ‘Карл I’, *William III* ‘Вильгельм III’, *Edinburgh* ‘Эдинбург’.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СЛЕНГА В АМЕРИКАНСКИХ ФИЛЬМАХ

Сленг в английском языке имеет собственную незаурядность и оригинальность. Он краток и выразителен. Особенно часто использует сленг молодежь, ведь с его помощью можно зашифровать свою речь так, чтобы ее смог понять определенный круг людей. Проблема перевода сленга являлась акту-

альной всегда. Разговорная речь постоянно подвергается изменениям, и это создает еще больше трудностей в переводе, не говоря уже об использовании новых незакрепленных слов.

На примере американского телесериала «Friends» мы рассмотрим специфику функционирования сленга в американском английском. Каждый эпизод сериала «Friends» дает возможность полностью окунуться в мир живой речи, как она есть. Рассмотрим несколько сленговых выражений. *Freak out*. Вообще слово *freak* обозначает ‘уродливый человек’ или тот, кто отличается от нормы в своем внешнем виде или поведении. Так, фразу *I like I really freaked out and that’s when it hit me: how much Barry looks like Mr. Potato Head*, где *freak out* следует переводить как *офигеть* или *обалдеть*, а в других случаях можно и как *выход из зоны комфорта*, или *быть в бешенстве*.

Невозможно не обратить внимание и на формулировку *live off somebody*, которая в сленге распознается как *быть на издвигении у кого-нибудь*: *Come on, Rachel, you can’t live off your parents* (Да ладно, Рейчел, ты не можешь жить на попечении своих родителей).

Следующее выражение *Buzz somebody in* для многих становится открытием в разговорном английском, так как дословно не имеет никакого смысла, но на самом деле употребляется в значении ‘впустить кого-нибудь в подъезд’ с помощью домофона.

Выражение *Are you nuts?* не стоит спешить переводить, ведь оно имеет более неожиданную расшифровку: *ты спятил?*. Благодаря этой фразе можно увидеть яркие эмоции героев сериала «Friends». Например, – *So you guys want me to take this back? – What? Are you nuts? We’ve got George Stephanopoulos’ pizza* (– Так вы хотите, чтобы я отнес это обратно? – Что? Ты спятил? У нас же пицца самого Стефанопулоса). Словосочетание *hit me*, которое дословно переводится как *пристрели меня*, во время застолья употребляется в смысле согласия выпить чего-нибудь крепкого и переводится *наливай мне*.

Таким образом, на основе этих примеров мы можем сделать вывод, что в большинстве случаев сленг выполняет экспрессивную функцию. Герои сериала использовали сленговые выражения, чтобы донести свою эмоцию как можно точнее и понятнее. Однако сленг также выполнял идентификационную функцию, позволяя идентифицировать представителей молодого поколения и представителей более зрелого возраста.

К. Легенькая

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И ПЕРЕВОД ГЛАГОЛОВ ОБОНЯТЕЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Сегодня реклама является одним из влиятельных средств массовой коммуникации, средством установления контакта с аудиторией, создания у нее определенного потребительского потенциала. Для передачи идеи и сути рекламного материала без смысловых потерь и искажения смысла необходимо прибегнуть к использованию широкого ряда переводческих трансформаций.

Материалом исследования послужили примеры, извлеченные путем сплошной выборки из корпусов рекламных слоганов и текстов, а также видеохостинга Youtube. При проведении исследования были выделены следующие способы перевода глаголов обонятельного восприятия: генерализация, конкретизация, добавление, опущение, лексико-семантическая замена, модуляция/смысловое развитие, дословный перевод (калька).

На примере рекламного слогана жевательной резинки Airwaves рассмотрим перевод глагола обонятельного восприятия *breathe* при помощи метода генерализации.

Английский язык: *Breathe in. Move on.*

Перевод: *Durchatmen. Durchstarten!!* *Дыши свободно!*

Примером применения калькирования служит следующий рекламный слоган:

Английский язык: *Wake up and smell the coffee.*

Перевод: *Wach auf und riech den Kaffee.* При переводе на русский язык также используется прием добавления: *Проснись и вдохни аромат кофе.*

Пример перевода рекламного слогана дезодоранта Old Spice на русский отлично иллюстрирует применение такой переводческой трансформации, как лексико-семантическая замена.

Английский язык: *Smell like a man, man.*

Перевод: *Rieh wie ein Mann, Mann.* / *Пахни мужчиной, а не ванилью и жожоба!*

При проведении исследования были проанализированы 60 рекламных слоганов, используемых в парфюмерной, пищевой и фармакологической отраслях. На основании результатов исследования установлено, что наиболее частотными ольфакторными глаголами являются *to smell, breathe, вдыхать, понюхать, riechen, и schnuppern.*

Как показали результаты исследования, переводческие трансформации необходимы для сохранения коммуникативной и экспрессивной функций рекламного слогана; если в процессе перевода экспрессивность утрачивается, она достигается за счет языковых средств ПЯ.

П. Лемещенко

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА

Интернет – это глобальная информационная инфраструктура. Дискурс – это более частное понятие относительно текста. Что касается стилей речи, то все они используются и реализуются в интернет-дискурсе. Необходимо отметить, что в рамках одной беседы, статьи, подкаста или видео допускается смешение стилей, что и является одной из его интереснейших особенностей. Интернет-дискурс рассматривается как особый новый тип речи, в рамках которого формируются и развиваются «самобытные коммуникативные жанры». Рассмотрим примеры интернет-сокращений, которые часто употребляются в социальных сетях: *Btw – by the way* ‘кстати, между прочим’; *DM – Direct Message* ‘личные сообщения’ (*DM me later!* ‘Напиши мне

позже!'); *Dunno (don't know)* 'не знаю'; *GM – Good Morning* 'Доброе утро'; *GN – Good Night* 'Доброй ночи'; *Face palm* – это жест, когда вы прикрываете лицо ладонью, если, например, услышите что-то очевидное или не очень умное. Это слово достаточно часто встречается и в русскоязычном Интернете, как правило, пишется так же; *IRL – In Real Life* 'в реальной жизни, каков он/она есть на самом деле'; *Noob* 'новичок, который не владеет определенными навыками и знаниями, не разбирается в той или иной теме'; *GOAT – Greatest Of All Time* 'Лучший за все время'.

THANK YOU FOR CARING AND BEING AMAZING BEAUTIFUL SOUL 'Спасибо за заботу, светлую душу и за то, что Вы такая потрясающая'. Это пример одного из комментариев под публикацией. Для его перевода была полностью изменена синтаксическая структура. Кроме того, выражение *beautiful soul* 'красивая душа' переведено с помощью метафоры *светлая душа*.

Интернет-дискурс – это речевая ситуация, текст, погруженный в коммуникацию в пределах всемирной паутины. Картина мира, которая создается в рамках виртуального дискурса, характеризуется большим многообразием. Еще одно определяющее свойство интернет-дискурса – это необходимое взаимодействие пользователей Интернета в процессе коммуникации.

Основными формами подачи информации из Интернета являются текст, аудио, изображение/фото и видео.

При переводе интернет-дискурса чаще всего используются следующие переводческие приемы: транскрипция, лексические дополнения, генерализация, опущение, синонимический перевод, конкретизация, смысловое развитие, описательный перевод, изменение конструкции предложения и порядка слов.

Е. Лепешова

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РАССКАЗА А. П. ЧЕХОВА «ШУТОЧКА» НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Художественный перевод как особый вид письменного перевода имеет свои трудности, для преодоления которых нет универсальных решений. Представляют интерес вопросы перевода текстов художественной литературы с русского языка на иностранные языки. Так, произведения классика русской литературы А. П. Чехова переведены более чем на 92 языка.

Наше исследование посвящено выявлению особенностей перевода рассказа А. П. Чехова «Шуточка» на английский язык, который служит примером краткого описания романтического события в жизни молодой девушки, запомнившийся и повлиявший на всю ее жизнь. Особенности передачи авторского замысла на английский язык анализировались на примере официального перевода рассказа, выполненного американской переводчицей Мэриан Фелл в 1915 году.

Итогом анализа материала исследования являются следующие выводы.

1. Главной особенностью рассказа «Шуточка», как и других рассказов А. П. Чехова, является сжатость, краткость и лаконичность. Чтобы сохранить авторский стиль, не нарушая норм переводящего языка, переводчику приходится проявлять изобретательность, экспериментируя с различными стилистическими приемами.

2. В рассказе А. П. Чехова «Шуточка» встречается 89 стилистических средств. К наиболее частотным средствам относятся эпитет (21 %) и бессоюзие (15 %), которое определяет динамику рассказа. Метафоры (13 %) позволяют создавать более яркие, выразительные образы, а риторические вопросы (12 %) создают эффект диалога с читателем.

3. Большинство стилистических средств в оригинале были заменены иными средствами в переводе (71 пример). Например, в переводе добавлен риторический оборот: *Слышит ли Наденька те слова, я не знаю* ‘What did she hear? I know not’. Косвенный вопрос в оригинале преобразуется в прямой, на который рассказчик отвечает сам. Можем предположить, что такая трансформация связана с желанием сохранить лаконичность. Иначе вопрос, содержащий 5 слов *Did she hear those words?*, сбил бы ритм повествования.

4. При сопоставлении рассказа «Шуточка» с его переводом на английский язык были выявлены такие отличия, как замена временной формы повествования. А. П. Чехов использует глаголы как в настоящем, так и в прошедшем времени; переводчик М. Фелл – только в прошедшем времени; наблюдается иная передача названия рассказа, особенности передачи имен собственных.

Таким образом, выявив особенности перевода рассказа «Шуточка», мы увидели, какие принимаются переводческие решения, чтобы сохранить баланс между следованием нормам переводящего языка и стилем оригинала, и какой логикой при этом руководствуется переводчик – мастер художественного слова.

Е. Линченко

СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ КУЛЬТУРНЫХ РЕАЛИЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПЕСЕН В РУССКОМ ПЕРЕВОДЕ

Культурные реалии – это безэквивалентная лексика, которая служит для обозначения отсутствующих в другой культуре понятий, обычно не переводящихся на другой язык одним словом и не имеющих аналогов в других культурах. Для правильной передачи реалий переводчику нужно хорошо знать культуру стран тех языков, с которыми он работает.

Для перевода реалий специалист может использовать следующие приемы:

- транслитерация и транскрипция позволяют передать звуковой или графический облик слова и не приводят к увеличению объема текста;

- калькирование (заимствование путем буквального перевода) позволяет перенести в язык перевода реалию при максимально полном сохранении семантики;

- описательный перевод;
- приближенный перевод;
- замена реалии;
- гипонимический перевод представляет собой замену видового понятия на родовое, то есть передачу реалии некоторой языковой единицей, имеющей более широкое значение, чем переводимая.

Приведем несколько примеров перевода реалий из современных песен.

He just smiled and gave me a Vegemite sandwich ‘Он просто улыбнулся и дал мне бутерброд с Веджимайтом’ (австралийский сэндвич с густой темной пастой).

On a hippie trail ‘По тропам хиппи’ (название сети наземных дорог для путешествий).

Travelling in a fried-out Kombi ‘Путешествуя в убитом Комби’ (фургон с задним расположением двигателя и задним приводом).

She keeps Moët & Chandon ‘Она держит Моэтэ Шадон’.

Однако не все способы могут использоваться при передаче реалий, когда речь идет о переводе песен, т.к. для таких текстов важны рифма, интонация, ударения.

М. Липская

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЭКСПРЕССИВНО-ОБРАЗНОЙ ПОЭЗИИ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Передача художественного текста на другой язык представляет собой целый ряд переводческих проблем. Трудности заключаются в переводе фразеологизмов, игры слов, тропов, передаче авторского стиля, авторской интенции, безэквивалентной лексики, стилистических средств, лингвистических лакун, лингвокультурологических расхождений с языком перевода и т.д.

Перевод поэзии представляет собой особый тип художественного перевода. Главной задачей для переводчика выступает выбор стратегии и прагматической задачи перевода, который обусловлен социальными, культурными, психологическими особенностями личности самого переводчика, потенциальных читателей, общества.

Рассмотрим фрагмент стихотворения О. Уайльда “*Le Jardines Tuileries*”. В оригинале используются лексические единицы *air* и *sun*. Переводчики В. Широкова и Н. Нантская использовали эквиваленты данных единиц в русском языке: *воздух* и *солнце*. С. Астрецова выбрала иную стратегию перевода, предложив варианты *свет* в качестве аналога для единицы *air* и *ветер* для перевода слова *sun*.

О. Уайльд:
This winter *air* is keen and cold,
And keen and cold this winter *sun*...

Перевод В. Широковой:
Зимний воздух вбирает хлад,
Солнце зимнее – просто лед...

Перевод Н. Нантской:
Зима. И воздух бодр и свеж,
И солнце холодно порой.

Перевод С. Астрецовой:
Жесток и безучастен *свет* зимой,
И *ветер* зимний колок и силен.

Таким образом, С. Астрцова вводит читателя поэтического произведения в заблуждение, вводя в текст перевода отсутствующие в оригинале понятия, подменяя одни понятия (воздух и солнце) другими (свет и ветер).

В результате проведенного сопоставительного анализа оригинала стихотворения О. Уайльда и его переводов на русский язык можно сделать вывод о том, что переводчику необходимо максимально сохранить ритмический рисунок и мелодику оригинала, при этом важное значение отводится адекватной передаче языковых особенностей переводимого текста.

А. Лопан

ПОЛИСЕМАНТИЧНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕРМИНЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ

Классификация по семантическому характеру структурных компонентов дает возможность разграничивать однозначные и многозначные экономические термины, т.е. те термины, которые обладают двумя или большим числом дефиниций в пределах одной терминосистемы.

Однозначные экономические термины: *investment grade* ‘рейтинг инвестиционного уровня’, *z-tranche bond* ‘облигация «зед-транша»’, *yield gap* ‘разница в доходности’, *stepped cost* ‘поэтапные расходы’, *monetary policy* ‘денежно-кредитная и валютная политика’.

Примером многозначного экономического термина может служить термин *recovery*, имеющий следующие дефиниции: 1) ‘подъем экономической активности, рыночной конъюнктуры, следующий после рецессии’; 2) ‘амортизация издержек’; 3) ‘получение ранее списанного долга в результате платежа заемщика или продажи обеспечения’; 4) ‘возмещение, взыскание’; 5) ‘остаточная стоимость фиксированного актива после амортизации’; 6) ‘повышение курса валюты или курсов ценных бумаг после временного падения’.

На основании статистического анализа экономических статей “Pound falls and FTSE jitters as Brexit uncertainty weighs on markets” и “UK GDP growth “almost flat-lined” in October as recovery battered by new restrictions” выявлено, что в англоязычной прессе чаще встречаются однозначные экономические термины (60 % терминов, представленных 18 единицами): *economic growth* ‘экономический рост’, *output* ‘выпуск продукции’, ‘объем производства’, *recession* ‘рецессия’, ‘снижение темпов роста или падение производства’, *slowdown* ‘замедление’, *contraction* ‘сокращение’, *stockpiling* ‘покупка и накопление запасов стратегического сырья’. Частотность 12 многозначных экономических терминов, отобранных из анализируемых статей, 40 %: *squeeze* – 1) ‘ситуация, когда владельцы «коротких» позиций могут закрыть их только по завышенной цене с убытком, но вынуждены это делать для ограничения убытков в условиях повышающейся конъюнктуры»; 2) ‘период «дорогих» денег – ситуация, когда трудно получить кредит и процентные ставки находятся на высоком уровне, в т.ч. в результате рестриктивной политики властей»; 3) ‘любая ситуация, когда повышение издержек не может быть переложено на потребителей через более высокие цены’; *stock* – 1) ‘акция, свидетельство на участие в капитале акционерного общества’; 2) ‘транспортные машины’; 3) ‘товарные запасы’.

А. Любецкая

СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ЯЗЫКОВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В МАТЕРИАЛАХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

В современной реальности СМИ оказывают сильное влияние на различные сферы деятельности человека. Основные приемы воздействия СМИ работают на уровне предложения и всего текста с использованием логики, лексики и грамматики. Интерес к этой теме обусловлен процессом глобализации и участвовавшими случаями манипуляции в средствах массовой информации. Среди множества рассмотренных трансформаций при переводе СМИ в качестве наиболее часто применяемых можно выделить: смещение смыслового акцента, употребление пассивного залога, фрагментация, повторение, упрощение, натурализм, эффект присутствия и введения эксперта, безличные и неопределенно-личные предложения. Нижеследующие примеры переводных статей «Би-би-си» дают представление о некоторых приемах, используемых для осуществления языковых манипуляций.

- Смещение смыслового акцента заключается в том, что обосновывается и аргументируется очевидное, не требующее доказательства положение (ассерция), а положение, нуждающееся в доказательстве, выступает в роли пресуппозиции или аксиомы. *Coronavirus: “Death toll rises as virus spreads to every Chinese region”*. – «ВОЗ признала вспышку коронавируса чрезвычайной ситуацией мирового значения». Налицо явное смещение смыслового акцента в заголовке. Единственное слово, присутствующее в обоих вариантах, это *coronavirus/коронавирус*.

- **Фрагментация** – разбивается информационный поток на дробные фрагменты, что мешает адекватности восприятия картины происходящего. Цепочка событий теряет свою последовательность, и читателя вводят в заблуждение. *Huddled beside him are half a dozen assorted cats, all as petrified as he is.* – *Рядом с ним сгрудились полдюжины кошек. Они напуганы не меньше, чем Салах.* Предложение разделено на два, использован прием фрагментации для акцентирования внимания на метафоричном сравнении животных с человеком.

В ходе исследования было установлено, что в большинстве случаев информация в СМИ передается переводчиком более нейтрально, экспрессивность текста при этом снижается. Развитие языка СМИ непосредственно влияет на деятельность переводчика, который вынужден искать решения новым проблемам. Проведенный анализ дал основание сделать следующий вывод: для переводчика крайне важно доносить суть материала без искажений и не злоупотреблять лингвистическими средствами языкового воздействия.

В. Лютковская

ПОСТРЕДАКТИРОВАНИЕ КАК ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ЗАДАЧА

Машинный перевод (МП) представляет собой перевод текста с одного естественного языка на другой, выполняемый с помощью компьютерной программы. Современные лингвистические технологии становятся все более популярным на рынке переводческих услуг, т.к. позволяют переводить тексты большого объема за меньшее количество времени и с минимальными затратами усилий. Появление нейронных систем машинного перевода (NMT) заставило думать, что профессия переводчика уходит в прошлое. Однако, несмотря на стремительный рост качества МП, результат требует проверки человеком: во-первых, необходимо проверить перевод на соответствие оригиналу по содержанию; во-вторых, системы МП могут допускать некоторые стилистические ошибки, поэтому за последние годы стало активно развиваться постредактирование.

Для обозначения понятия *постредактирование машинного перевода* в современной переводческой отрасли используется английская аббревиатура *PEMT (Post Editing Machine Translation)* или *MTPE (Machine Translation Post Editing)*. Ассоциация игроков рынка переводческих услуг и средств автоматизации перевода TAUS (Translation Automation User Society) определяет постредактирование машинного перевода как процесс улучшения результата машинного перевода с помощью минимальных усилий. Цель – сделать текст понятным реципиенту. Задача – улучшить результат МП с минимальным количеством усилий за минимальное количество времени. Согласно статистике, более 50 % переводческих компаний Европы и переводчиков-фрилансеров подтвердили, что используют МП при выполнении перевода.

Можно выделить следующие этапы постредактирования: вычитка текста, переведенного с помощью МП; исправление ошибок (лексических, стилистических и т.д.). В зависимости от цели, поставленной заказчиком, существует два вида постредактирования: первичное, т.е. более поверхностное, и вторичное – полное постредактирование, при котором устраняются все стилистические неточности и корректируются формулировки в тексте.

Таким образом, применение машинного перевода и постредактирования позволяет получить хороший результат за короткий срок и с минимальными затратами усилий со стороны переводчика. По данным исследований, постредактор может работать гораздо продуктивней, чем обычный переводчик, т.к. не нужно тратить время на набор текста. С постредактированием скорость перевода возрастает в 2,5 раза, а с использованием разных систем МП можно еще больше автоматизировать процесс перевода, т.к. некоторые из них могут запоминать термины, ключевые фразы и даже предложения.

Д. Майсюк

ПЕРЕВОД ТЕАТРАЛЬНОГО ДИСКУРСА: ПРАВИЛА И ИМПРОВИЗАЦИЯ

Как работает переводчик в театре? Может ли он просто прийти и помогать осуществлять коммуникацию между актерами и режиссером? Должен ли он изучать пьесу? Наше мнение – должен. Чтобы переводить режиссера, необходимо понять его мысли, его стиль работы с текстом. Понять идею режиссера – значит правильно передать эту мысль актерам.

Основа режиссерской работы – работа с текстом. Самый распространенный и результативный способ – метод *действенного анализа* пьесы.

Действенный анализ (введен К. С. Станиславским) – метод поиска действенных задач и предлагаемых обстоятельств, открывающий грани мотиваций и причинно-следственных связей в поведении персонажей, позволяющий исполнителям органично и точно создавать конкретный образ на сценической или съемочной площадке.

По этой схеме строится весь процесс работы над спектаклем.

1-й этап – «разведка умом». На этом этапе режиссер в спокойной обстановке читает пьесу от начала и до конца и записывает все мысли, которые приходят ему в голову. При этом анализируются предлагаемые обстоятельства, события, сверхзадача и сквозное действие. Например, Б. Е. Захава описывал собственную ошибку. Прочитав пьесу, он зафиксировал свое первое впечатление: суровость, серое небо, серое море, тяжелый труд, близость смерти. Работая над макетом, он вместе с художником увлекся формально-технической задачей иллюзорного изображения моря. В итоге декорационная удача оказалась причиной полнейшей неудачи всего спектакля. Актеры не в силах были «переиграть» декорацию. «Жестяное» море оказалось сильнее актеров.

2-й этап – «разведка действием». Режиссер вместе с актерами разбирает пьесу, выясняет, какие эмоции вызывает каждая сцена у актеров. Этот этап затрагивает оценку фактов и линии роли. Обязательными являются этюдные репетиции с последующим разбором каждой сцены. Например, молодой режиссер ставил пьесу «Вишневый сад», проанализировал первую сцену с актерами, однако в итоге сцена не получилась. После неудачного этюда важно разобрать каждую роль и выяснить причину, по которой произошел сбой.

3-й этап – «разведка умом и действием». Важно в этот период работы обращать внимание на внутренний монолог актера, работу второго плана, характерность актера и его слова. Например, в конце работы над спектаклем «Вишневый сад» актеры и режиссер сошлись во мнении, что пьеса Чехова – отражение реальности, именно эта реплика, вложенная Антоном Павловичем в уста его героев, – самая подходящая.

Именно поэтому переводчику важно подготовиться к работе в театре, не только определив необходимый набор лексики, но и проанализировав текст вместе с режиссером.

А. Макаревич

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ ПЕРЕВОДА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

При переводе художественного произведения специалист дублирует стилистический прием, используемый в языке оригинала, или формирует собственный стилистический прием, который имеет сходные функции и средства их вербализации.

Популярными способами перевода средств речевой выразительности и фигур речи являются следующие:

- передача словосочетания либо слова путем представления полного эквивалента со структурой, лексикой и характером стилистического средства, коннотацией и т.п. (*love is blind* – *любовь слепая*; *as poor as a church mouse* – *беден, как церковная мышь*; *to play with fire* – *играть с огнем*). Данный способ перевода является предпочтительным, т.к. полностью передает содержательный аспект словосочетания либо слова языка-оригинала, но не всегда возможен;

- передача словосочетания либо слова путем представления относительно схожего с языком-оригиналом по семантическим и стилистическим функциям эквивалента (*to kill two birds with one stone* – *убивать двух зайцев*; *cry on smb's shoulder* – *плакаться кому-либо в жилетку*; *catch somebody red-handed* – *поймать на месте преступления*);

- калькирование – прием передачи слова или словосочетания путем пословного перевода (*to have the last word* – *иметь (говорить, держать) последнее слово*; *people who live in glass houses should not throw stones* – *люди,*

живущие в стеклянных домах, не должны бросаться камнями). В случае перевода путем калькирования необходимо учитывать, что лексическое значение переведенного элемента должно быть понятно читателю;

- передача словосочетания либо слова путем описания. Данный способ редко употребим в переводческой практике, т.к. при его использовании теряется лексическое своеобразие текста. Однако его применяют при отсутствии и эквивалента, и аналога. В данном случае не сохраняется образность перевода, но точно передается лексическое значение (*plain as a pikestaff* – абсолютно понятный/ясный как день; *grin like a Cheshire cat* – ухмыляться во весь рот).

В процессе перевода нужно учитывать социокультурные особенности языка оригинала и языка перевода и языковой картины мира автора в целях достижения максимальной адекватности текста и сохранения его особенностей. Если бы перевод был практически дословным, то он, конечно же, не смог бы передать общий смысл художественного произведения, поэтому часто художественный перевод не совпадает с оригиналом. Основное правило заключается в том, чтобы все носители языка перевода поняли написанное, как его поняли носители языка оригинала.

П. Макаревич

ТРЕБОВАНИЯ К АДАПТАЦИИ ТЕКСТА В ПРОЦЕССЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПЕРЕВОДА

Как известно, художественный перевод является наиболее сложным видом перевода, и эта сложность заключается в специфике текста.

Под адаптацией нами понимается разнообразная обработка текста: упрощение его содержания и формы, а также сокращение текста в целях приспособления его для восприятия читателями, которые не подготовлены к знакомству с ним в подлинном виде.

Между исходной точкой и результатом переводческого творчества лежит сложный процесс «перевыражения» той идеи, которая закреплена в образной «ткани» переводимого произведения. Поэтому проблематика художественного перевода лежит в сфере искусства и подчиняется его специфическим законам.

Художественный текст может содержать любой вид информации, оказывать влияние на чувства и эмоции, а также выполнять эстетическую функцию. Для этого автор такого текста наполняет его различными средствами выразительности, что само по себе представляет большую сложность для переводчика, так как необходимо не только передать смысл написанного, но и постараться сохранить эмоциональную окраску. В процессе адаптации текста переводчик должен принимать во внимание особенности потенциального получателя текста. Таким образом, от переводчика художественного текста зависит то, как произведение будет воспринято читателем.

Необходимо учитывать, что отдельно взятое предложение в тексте перевода – это не что иное, как часть целого, его нужно рассматривать во взаимосвязи с другими предложениями и в связи с этим переводчику необходимо трактовать не только однозначный смысл данного предложения, но и работать над созданием художественного образа, общего настроения, характеристикой атмосферы, персонажей и т.п.

Переводчику необходимо следить за тем, чтобы у читателя не возникало потребности искать трактовку определенных терминов и реалий, незнакомых ему в силу принадлежности к другой культуре. Автор перевода должен перевести текст так, чтобы он читался так же легко, будто был написан на языке читателя изначально. При соблюдении всех тонкостей такого перевода читатель сможет оценить индивидуальный стиль автора и иметь полное представление о его творчестве.

Таким образом, адаптация художественного текста – трудоемкий процесс, включающий в себя не только знание двух языков и профессиональное использование переводческих приемов. Необходимо чувствовать и понимать культуру другой страны, менталитет, моральные ценности и этические нормы. Помимо этого, важно учитывать и уметь передавать скрытые смыслы произведения, понимать, что хотел донести автор, и какие приемы и средства он использовал для достижения определенного эффекта и воздействия на читателя.

Н. Маньковская

ПОЛИТКОРРЕКТНАЯ ЛЕКСИКА В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Политкорректная лексика в настоящий момент встречается во всех концептуальных аспектах англоязычной сферы деятельности, что притягивает интерес лингвистов во всем мире; особое внимание данной теме уделяют в США.

В нашем исследовании рассматриваются американские публикации из газет, которые мы разделили на несколько тематических групп.

- Статьи, в которых освещаются проблемы этнических меньшинств. Сейчас редко можно встретить традиционное синонимичное слову *African American* слово *black*, или словосочетание, считающееся корректным – *person of color*, заменившее свой некорректный аналог *colored*.

In Louisiana, about 70 percent of the people who have died are black, though only a third of that state's population is. – В Луизиане около 70 процентов умерших – чернокожие, хотя это только треть населения этого штата.

- Статьи, посвященные общественному положению женщин, в том числе случаям дискриминации по половой принадлежности. Появились слова, которые заменили уже существующие с компонентом *man*: *mail carrier* вместо *mailman* (почтальон).

- Статьи, которые освещают вопросы социальной адаптации представителей сексуальных меньшинств, а также проблемы людей с физическими и умственными недостатками. Некоторые из новых политкорректных слов часто критикуют за то, что они являются довольно нелепыми. Примерами этого являются термины, оканчивающиеся на *-challenged* (человек низкого роста может быть описан как *vertically challenged*).

Основные способы перевода англоязычной политкорректной лексики на русский язык включают калькирование (*to join the majority* ‘присоединиться к большинству’), описательный перевод (*golden ager* ‘пожилой человек’), транскрибирование (*gay* ‘гей’).

Результаты исследования показали, что политкорректные лексические единицы, которые применяются в анализируемых статьях, зафиксированы в толковых словарях английского языка. Большинство политкорректных терминов полностью заменили те, что использовались раньше, однако некоторые из них все еще употребляются в качестве синонимов. Идеи политкорректности отразились не только на политическом и культурном уровнях, но и на языковом, что выражается в создании новой терминологии.

А. Марченко

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ДЕТСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Важным требованием к языку, используемому в детской литературе, можно считать соответствие языка и стиля текста содержанию. Языковая структура книги для детей, с одной стороны, должна быть сжатой, лаконичной, полно передавать содержание произведения, с другой – предельно выразительной, вызывающей соответствующие ассоциации, обращаться не только к логическому, но и к эмоциональному аспекту восприятия, создавая определенную систему представлений и образов. Основными требованиями к языку можно считать простоту, выразительность, понятность читателю определенного возраста, образность и доступность восприятию ребенка, наглядность и конкретность изложения.

Большое значение придается лексике художественного текста. Во-первых, она должна быть простой и понятной для ребенка, т.е. значение используемых автором и переводчиком слов должно быть знакомо читателю. Однако художественная литература призвана способствовать речевому развитию детей, расширять их словарный запас. Поэтому новая лексика должна так вводиться в текст, чтобы не было затруднений при ее восприятии. Разумеется, можно задействовать справочный аппарат издания, например, пояснить значение слова в сноске, однако ребенку младшего школьного возраста тяжело отрываться от текста. Наиболее органичным способом введения незнакомого маленькому читателю слова является прием синонимизации:

когда слово дается в ряду синонимов, помогающих понять его значение. Например, в сборнике А. Бутевича «Прыгоды Вірус@ Шкодзі» так вводится слово *фальсіфікат*: *Гэта фальсіфікат, падробка. Падман, адным словам.*

Второе требование к лексике – ее нормативность, соответствие нормам культуры речи. Это значит, что в тексте не должно быть необоснованного использования слов ограниченной сферы употребления: диалектных, профессиональных, устаревших. Для них подбираются эквиваленты из современного литературного языка. С помощью отбора лексических средств автор выражает свое отношение к персонажам и описываемым событиям, что в детской литературе очень важно, потому что она должна выполнять воспитательную функцию. Эта функция реализуется по-разному в зависимости от читательского адреса.

Таким образом, к языку и стилю художественного произведения для детей предъявляются достаточно жесткие требования. Авторы и переводчики не всегда могут использовать все потенциальное многообразие художественных приемов, обогащающих содержание и форму произведения. Все элементы издания для детей, включая язык и стиль, обусловлены читательским адресом, возрастными возможностями восприятия текста.

А. Масалевич

НОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ КОМПЕТЕНЦИЯМ ПЕРЕВОДЧИКА

В условиях непрерывного развития информационных технологий в индустрии перевода наличие теоретических знаний, а также владение практическими навыками в области машинного перевода являются неотъемлемыми составляющими компетенции современного профессионального переводчика. Такие операции, как предредактирование, корректура, редактирование, а также постредактирование машинного перевода, позволяют значительно повысить производительность труда переводчика. Более того, в условиях глобализации, а также высокого темпа жизни людей выполнение быстрого и качественного перевода выступает приоритетной задачей специалиста.

В наше время одним из основных требований работодателей к соискателям в сфере переводческих услуг является опыт работы с системами автоматизированного перевода, также известными как CAT-программы (англ. CAT ‘computer-assisted translation’). Сегодня на рынке переводческих услуг существует множество CAT-сервисов, например, SDL Trados Studio, Memsource, SmartCat, MemoQ и другие. Они совмещают в себе такие функции, как машинный перевод, управление глоссариями, память переводов, возможность коллективной работы над одним документом и многое другое. Данные функции позволяют экономить время, силы и другие ресурсы как переводчика, так и нанимателя.

Однако исходный текст, как и продукт машинного перевода, нуждается во вмешательстве переводчика с целью повышения качества конечного текста. В ходе работы с системами машинного и автоматизированного перевода профессиональный переводчик вносит необходимые правки как в исходный текст, так и в текст машинного перевода.

Таким образом, знания, умения и навыки в сфере предредактирования, корректуры, редактирования и постредактирования машинного перевода являются ключевыми аспектами компетенции современного профессионального переводчика.

А. Мачкова

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СЛЕНГА С КОРЕЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Целью нашей работы стал анализ способов перевода сленгизмов с корейского на русский на материале корейской манхвы (комикса) «Лукизм (외모지상주의)». Для анализа нами было отобрано 50 сленгизмов.

Сленг обычно переводится с помощью поиска подходящего по смыслу эквивалента в языке перевода. Например, 축구천재 ‘чертов футболист’ (досл. ‘футбольный гений’); 왕따 ‘изгой’ (досл. ‘отверженный’).

В корейском языке встречается большое количество сленговых выражений, образованных способом контаминации: 남친 ‘парень, бойфренд’ (남자 친구 – досл. ‘друг мужского пола’); 식후뽕 ‘послеобеденный перекур’ (식사 후에 뽕 – досл. ‘после обеда пойти покурить’).

При переводе сленгизмов на русский язык может использоваться такая трансформация, как опущение, сочетающаяся со смысловым развитием: 낳고 미역국 먹었을까? ‘Да кому нужен такой сын?’ (досл. ‘Родила и провалила тест?’).

В ходе анализа мы столкнулись со сленгизмами, которые при переводе на русский язык имеют множество различных эквивалентов. В зависимости от контекста сленгизм 대박 досл. ‘круто’ может получать различный перевод. При описании личностных характеристик человека он получает как отрицательную (‘придурок’, ‘идиот’, ‘мешок дерьма’), так и положительную коннотацию (‘невероятно горяч’, ‘красавец’). Кроме этого, он может использоваться для выражения удивления, вызванного каким-то действием или событием: ‘фигасе’, ‘поразительно’, ‘пипец’, ‘я щас рожу’ и др.

В 20 случаях выбранная переводчиком стратегия перевода сленгизмов вызывает вопросы. Так, 썩 – букв.: ‘неудачник’, в переводе – ‘засранец’. В настоящее время этим словом можно описать любого человека, который имеет непривлекательную внешность, у которого отсутствует уверенность в себе, в английском языке хорошо подходит loser ‘неудачник’. Засранец –

грубое выражение, обозначающее «того, кто гадит», а в переносном смысле использующиеся для обозначения «дрянного, пакостного человека», что не отражает контекст ситуации в манхве, когда перед нами предстает неуверенный в себе человек невысокого роста.

Таким образом, мы видим, что выбор подходящего эквивалента при переводе сленгизмов с корейского языка на русский в большей степени обусловлен контекстом ситуации, а не собственно семантикой сленгизма, что представляет интерес для дальнейшего изучения.

А. Мельникович

БЕЗЭКВИВАЛЕНТНАЯ ЛЕКСИКА В РОМАНЕ М. МИТЧЕЛЛ «УНЕСЕННЫЕ ВЕТРОМ» И СПЕЦИФИКА ЕЕ ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ И БЕЛОРУССКИЙ ЯЗЫКИ

На протяжении долгого времени изучение безэквивалентной лексики представляет огромный интерес. Вопросом ее передачи на другие языки часто задаются не только лингвисты-переводчики, но и обычные читатели, желающие понять, что из себя представляет та или иная реалья. Поскольку такие лексические единицы имеют яркий культурный окрас, представляется интересным выявить оптимальные способы их передачи на различные языки.

Цель данной работы – определить возможные способы перевода безэквивалентной лексики английского языка, используемой в художественном произведении, на русский и белорусский языки и выявить, какие переводческие трансформации являются самыми частотными. Материалом для исследования послужил роман М. Митчелл “Gone with the Wind” и его перевод на русский язык под названием «Унесенные ветром». Так как белорусскоязычная версия данного произведения не издавалась, перевод на белорусский язык выполнен самостоятельно, что говорит о новизне проводимого исследования.

Выбрав из романа 50 единиц, принадлежащих к различным типам безэквивалентной лексики (по классификации А. О. Иванова), мы установили самые частотные способы их передачи на русский и белорусский языки.

Для референциально-безэквивалентной лексики таковым является приближенный перевод (из 18 примеров обнаружено 7 случаев перевода этим способом): ...*the delicate features of her mother, a Coast aristocrat of French descent*... – ...*утонченные черты матери, местной аристократки французского происхождения*; *The darkies were hanging from the raft, popeyed, they were so scared*... – *Чарнаскурья навiслi ад жаху на кроквах i вылунiлi на [ма] вочы*...

Для передачи прагматически-безэквивалентной лексики – компенсация (из 8 единиц мы обнаружили 4 единицы русского перевода и 4 единицы белорусского перевода): *Hussome you think Ah be spyin' on w'ite folks?* – *Як так! Як жа ж вы можаце! Ды каб я стаў падслухоўваць за белымі гаспадарамі!*

Для передачи альтернативно-безэквивалентной лексики применяются транслитерация и транскрипция (из 24 единиц мы зафиксировали 20 случаев передачи этим способом на русский язык и 22 – на белорусский язык): *Now that the sun was setting in a welter of crimson behind tin lulls across the **Flint River** ...* – *Огненно-красное солнце опускалось за высокий холмистый берег реки **Флинт**; Агніста-чырвонае сонца заходзіла за высокі ўзгорысты бераг ракі **Флінт**.*

Таким образом, данное исследование помогает выявить существующие способы передачи безэквивалентной лексики на русский и белорусский языки при переводе художественных произведений.

В. Микулич

НЕКОТОРЫЕ ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ, РЕЛЕВАНТНЫЕ ДЛЯ ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Исследование проводилось на основании анализа научно-технического текста «Fundamental aerodynamic principles of rotating wheels, mechanisms of heat transfer, including their presence within wheel assemblies, and an outline of hot film anemometry».

С точки зрения грамматической структуры предложений выявлено, что для технических текстов характерны следующие особенности.

- Множественные перечисления, что делает предложения довольно длинными и трудными для восприятия: *The following sections explore literature relevant to the subject of this thesis, **including fundamental aerodynamic principles of rotating wheels, mechanisms of heat transfer, including their presence within wheel assemblies, and an outline of hot film anemometry.***

Данное предложение также усложняет присутствие причастного оборота, который передается в русском варианте вставной конструкцией – уточнением:

*В следующих разделах изучается литература, относящаяся к данному исследованию, **в том числе** основные аэродинамические принципы вращения колес, механизмы теплопередачи и их присутствие в колесных узлах, схему анемометрии “горячей пленки”.*

- Параллельные конструкции: *Mears found a similar trend between computational and experimental results, with separation of his rotating wheel **using CFD occurring** at 245deg.*

- Причастные обороты: *The boundary layer causes a chain of fluid particle retardation in **consecutively adjoined** fluid layers due to the shear stress parallel to the fluid velocity, until, at distance $y = \delta$, the effect becomes negligible, **reaching the free-stream value.***

Для данного типа текстов также характерна такая морфологическая особенность, как высокая частотность употребления пассивного залога, так как,

учитывая тематику подобного текста, речь в основном идет о неодушевленных предметах: *Each flow type is characterised by the nature of the fluid coordinate components of velocity.*

Результаты статистического анализа данного технического текста показали достаточно высокую частотность вышеперечисленных грамматических особенностей (порядка 21 %).

А. Милюша

ПЕРЕДАЧА РЕАЛИЙ ЖАНРА ФЭНТЕЗИ В РОМАНАХ «ВЛАСТЕЛИН КОЛЕЦ» И «ПЕСНЬ ЛЬДА И ПЛАМЕНИ»

Перевод художественных произведений является одним из наиболее сложных письменных переводов. В художественном переводе особенно важно сохранение эстетического воздействия. В жанре фэнтези эстетика достигается путем введения автором многочисленных окказионализмов. Текст пропитан уникальными нововведениями, которые и создают отличную от нашей вселенную. Вводимые элементы нереальности, с одной стороны, дают некоторую свободу переводчику, поскольку нет закрепленного, принятого эквивалента, с другой стороны, являются предметом полемики о правильности выбранного метода трансляции единиц на переводящий язык.

Выведение директивных рекомендаций передачи фэнтези-реалий для сохранения культурно-тематического фона является основной целью анализа, для достижения которой были взяты, отец фэнтези, трилогия «Властелин Колец» Дж. Р. Толкина, и обширная серия романов «Песнь льда и пламени» Дж. Р. Р. Мартина. Для прозрачности картины лексические единицы и словосочетания в произведениях членятся на группы (антропонимы, топонимы, элементы быта, единицы флоры и фауны), и таким образом при анализе и оценке инвариантов у разных переводчиков выводится наиболее предпочтительная стратегия работы с каждым подтипом. Так, рассматривая антропонимы у Дж. Р. Мартина, к примеру, *Theo Wull*, можно отметить, что в основном передавались графическая и звуковая стороны, в то время как перевод имен Дж. Р. Толкина большей частью концентрировался на внутреннем содержании: *Brendybuck*, где *buck* – самец зайца, получил эквиваленты *Брэедизайк*, *Брэндискок*. Расхождение в частотности определенных стратегий в произведениях и их субъективная оценка говорят о том, что наиболее предпочтительным методом все же является передача внешней стороны исходника, поскольку неудачно подобранные смысловые эквиваленты добавляют излишней комичности произведению. Элементы быта обоих миров передавались на русский язык с учетом смысловой нагрузки оригинала. Отсутствие расхождений в подходе к данной категории единиц фэнтези-произведений свидетельствует об успешности этой стратегии и, соответственно, является предпочтительным при переводе бытовой составляющей фэнтезийного мира. Элементы флоры и фауны в книгах Дж. Р. Мартина передавали, сохраняя

носимые словами значения: *Others* (иные), *ironwood* (железноствол). Эти же элементы в мире Средиземья не нашли однозначности и равно передавались как через внешнюю, так и внутреннюю оболочку. Следует сделать поправку на то, что Дж. Р. Мартин основывал свою вселенную на концепции Европы позднего Средневековья и сдерживал уровень «фэнтезийности» романа, что и объясняет переводимость окказионализмов данного автора. Анализ топонимов и сравнение используемых стратегий в обеих сериях жанра показывает успешность передачи лексем методом калькирования, модуляции или приближенного перевода, т.е. передачи внутреннего содержания фэнтезийной географии.

I. Місуна

ФРАЗЕАЛАГІЗМЫ Ў ТВОРАХ ЯНКІ КУПАЛЫ І АСАБЛІВАСЦІ ІХ ПЕРАКЛАДУ НА АНГЛІЙСКУЮ МОВУ

Амаль кожны твор Янкі Купалы насычаны фразеалагізмамі. Яны – адныя з найвялікшых і найбольш яскравых крыніц народнай мудрасці, з якой сучасныя чытачы могуць даведацца шмат новага пра беларускую мову і яе рэгіянальную разнастайнасць.

Адметнасць ролі Купалы ў фарміраванні фразеалагічнага складу беларускай мовы заключаецца сярод іншага ў разнастайнасці і колькасці фразеалагічных адзінак, ужытых у яго творах. З гэтым згодны і шэраг даследчыкаў: “... у найвышэйшай ступені нацыянальную спецыфіку мовы Купалы выражае багатая і шматлікая фразеалогія”.

Да выбітных перакладчыкаў, якія перадавалі творы Купалы на англійскую мову, перш за ўсё трэба аднесці двух англічан: У. Мэя і Веру Рыч.

Мэй з’яўляецца аўтарам перакладаў 90 вершаў Янкі Купалы, а таксама анталогіі “Мая цудоўная Беларусь: анталогія сучаснай беларускай паэзіі”. Анталогія Веры Рыч “Як вада, як агонь” – першы зборнік перакладаў вершаў беларускіх паэтаў на англійскую мову.

Відавочна, пераклад мастацкай літаратуры і, у прыватнасці, паэзіі з’яўляецца вельмі працаёмкім відам перакладу. Пры перакладзе мастацкіх твораў неабходна захаваць і перадаць у мове перакладу нацыянальна-культурныя і стылістычныя асаблівасці арыгінала, а ў вершаваных перакладах неабходна таксама захаваць рытм і кампазіцыю зыходнага тэксту. Усё гэта патрабуе ад перакладчыка вялікага майстэрства і культуралагічных ведаў.

Асобна стаіць праблема фразеалагічных адзінак. Існуе шэраг метадаў іх перакладу:

1) пошук і выкарыстанне эквівалентнага фразеалагізма ў мове перакладу: *чытаць паміж радкоў* – *to read between lines*; *спаліць (за сабой) масты* – *to burn bridges*;

2) у выпадку адсутнасці фразеалагічнага эквівалента ў мове перакладу можна знайсці фразеалагізм, які мае аднолькавае пераноснае значэнне, але іншы вобраз: *ката ў мяшку купляць* – *to buy a pig in a poke*; як дзве кроплі вады – *as two peas*;

3) даслоўны пераклад, альбо калькіраванне: *the last of the Mohicans* – апошні з магікан; *to pay a man back in his own coin* – плаціць (адплаціць) той жа манетай;

4) пераклад фразеалагічнай адзінкі без захавання вобраза: *байды біць* – *to waste time*; *Queen Anne is dead* – адкрыць Амерыку;

5) апісальны пераклад фразеалагізмаў: *a skeleton in the cupboard* – сямейная тайна; *east or west; home is best* – у гасцях добра, а дома лепей.

У якасці аднаго з прыкладаў прыводзім аналіз паэмы “Курган”, якая заслужана лічыцца адным з найлепшых твораў Янкі Купалы і наогул шэдэўрам беларускай літаратуры. Яна цудоўна адлюстроўвае рамантызм і, канешне, фальклор, якія прадстаўляюць сабой краевугольны камень усёй купалаўскай творчасці. У прыватнасці, у трэцім раздзеле сустракаецца ўласна беларускі фразеалагізм *на пасад садзіць* (каго), што азначае ‘аддаваць замуж’:

Арыгінал	Пераклад В. Рыч
<i>Раз бяседа вялікая ў князя была:</i> <i>На пасад</i> дачку княжну <i>садзілі</i>; <i>За сталом він заморскіх крыніца</i> <i>цякла,</i> <i>Бегла музыка ўкруг на паўмілі.</i>	<i>Then one day the prince held a feast rich</i> <i>and fine,</i> <i>Marriage feast</i> of the princess his daughter, <i>At the tables flowed rivers of overseas wine,</i> <i>For miles echoed the music and laughter.</i>

З улікам пададзенай вышэй класіфікацыі і таго факта, што англійскі выраз *marriage feast* паходзіць з Новага Запавета, Евангелле паводле Мацвея (22:1-14), але не фіксуецца ў якасці фразеалагізма ў англійскай мове, можна зрабіць вынік, што Вера Рыч скарысталася метадам перакладу фразеалагічнай адзінкі без захавання вобраза.

Пры перакладзе дадзеных адзінак важна захаваць іх афарбаванасць, што з’яўляецца нялёгкай задачай, паколькі, па-першае, на дадзены момант адсутнічае поўны англа-беларускі слоўнік фразеалагізмаў, па-другое, цяперашнюю версію Фразеалагічнага слоўніка беларускай мовы таксама нельга лічыць на сто адсоткаў “поўнай”, бо ў ёй не адлюстравана каля 300 фразеалагічных адзінак толькі з твораў Янкі Купалы, але варта адзначыць, што ў гэтым выпадку ёсць магчымасць скарыстацца Слоўнікам мовы Янкі Купалы. Такім чынам, абаснаваны выбар метадаў перадачы фразеалагізмаў на англійскую мову становяцца для перакладчыка цяжкай справай.

Адметная роля перакладчыкаў твораў Янкі Купалы на іншыя мовы, у прыватнасці на англійскую, – не выключэнне. Праз гэтыя пераклады мы можам пазнаёміць замежных чытачоў не толькі з творчасцю знакамітага

класіка беларускай літаратуры, але і з беларускім народам увагуле, з яго жыццём, гісторыяй, рысамі характару, яго надзеямі і спадзяваннямі. Нягледзячы на магчымыя цяжкасці з перакладам фразеалогіі, менавіта наяўнасць вялікай колькасці фразеалагічных адзінак у творчасці аўтара ў значнай ступені дапамагае развіць перакладчыцкія здольнасці і дакладна перадаць “жывую” мову народа.

Е. Михальков

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ ПОДЪЯЗЫКА ИНФОРМАТИКИ И ВЫЧИСЛИТЕЛЬНОЙ ТЕХНИКИ

В настоящее время компьютеризация коснулась различных сфер человеческой деятельности, и каждый пользователь должен владеть основными понятиями, связанными с информационными технологиями. Поэтому проблема перевода англоязычной компьютерной терминологии чрезвычайно важна. Неточности или ошибки в переводе терминов могут быть причиной недоразумений между специалистами и, как следствие, повлиять на конечный результат их деятельности.

Следует отметить, что в процессе перевода научно-технических текстов огромное значение имеет взаимодействие термина с контекстом, благодаря чему определяется его значение, а перевод терминологии подъязыка информатики и вычислительной техники требует ещё и соответствующих знаний в этой области.

Главная задача переводчика научно-технического текста – это подбор правильного метода перевода. Существуют три основных метода перевода:

- транслитерация (*printer* ‘принтер’, *monitor* ‘монитор’, *server* ‘сервер’, *buffer* ‘буфер’);
- калькирование или лексическое копирование (*access code* ‘код доступа’, *disk storage* ‘память диска’, *font mapping* ‘сопоставление шрифтов’);
- описательный перевод (*software* ‘программное обеспечение’, *protocol* ‘метод передачи данных’).

Все три метода успешно применяются при работе с текстами подъязыка информатики и вычислительной техники. Тексты данного стиля характеризуются логичностью построения предложений, смысловой точностью, информативной насыщенностью и наличием большого количества унифицированной терминологии. В процессе перевода английских текстов упомянутой тематики на русский язык были выделены следующие специфические особенности:

- большое количество сокращений и аббревиатур (*Address Resolution Protocol (ARP)* ‘протокол для определения интернет-адреса’);
- широкое использование в текстах особых идиоматических выражений, которые не употребляются в общелитературном слое языка;

- наличие слоговых сокращений, сформировавших самостоятельные лексические единицы (*glonass = global navigation system satellite* ‘спутник глобальной навигационной системы’);

- ряд прямых заимствований с английского языка (*Windows, e-mail, host*).

Таким образом, принимая во внимание все вышеперечисленные особенности при работе с текстами подязыка информатики и вычислительной техники, переводчик может создать русскоязычный адекватный эквивалент текста англоязычного оригинала.

Ю. Михнюк

АТРИБУТИВНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В СПЕЦИАЛЬНЫХ И НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ТЕКСТАХ: ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ПЕРЕВОД

Атрибутивные конструкции являются распространенным атрибутом для выражения признака в английском языке. Структура и использование атрибутивных конструкций зависит от стилистики текста, уровня абстракции текста, а также от субъективности выраженного автором мнения. Частотность той или иной конструкции также зависит от грамматического паттерна.

Согласно проведенному исследованию, в специальных текстах признак в подавляющем большинстве случаев выражен именем прилагательным (39,6 %), в то время как придаточные предложения составили 12,2 % и конструкции с предлогом *of* – 11,3 %. Такая частотность разновидностей атрибутивных конструкций в специальных текстах связана с тем, что стиль данных текстов предполагает лаконичность, краткость, использование клише, а также строгих грамматических конструкций, отсутствие эмоциональной окраски.

Научно-популярные тексты характеризуются большей метафоричностью, а также наличием элементов эмоциональной окраски, в связи с этим атрибутивные конструкции, имеющие наименьшую частотность употребления в специальных текстах, в данном типе текстов используются намного чаще. Имена прилагательные также являются наиболее часто употребляемой категорией (29,1 %), в то время как придаточные предложения (15,8 %) и притяжательный падеж существительного (11,8 %) делят второе место по частоте употребления.

Перевод атрибутивных конструкций с английского языка на русский осуществляется согласно определенным грамматическим паттернам. Наиболее распространенными паттернами для передачи признака на русский язык являются: Adj + N, Participle 2 + N, Compound Adj + N, Participial construction, Gerund + N, N + N.

К способам перевода, не относящимся к устойчивым паттернам, можно отнести придаточные предложения и описательный перевод. Так как в научно-популярных текстах особые случаи встречаются чаще, то описательный вариант перевода особенно свойственен данному типу текстов.

Например: *Unfortunately, in most of the cases, people do not want to see the truth as it is easier to use the situation-as-it-is-behaviour than dive in.* – К сожалению, в большинстве случаев люди не хотят видеть правду, так как намного проще **принять ситуацию такой, какая она есть**, чем копать глубже.

Однако данная конструкция имеет не единственное значение и может переводиться как *действовать по ситуации, легко адаптироваться*.

В. Неборская

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Конец XX в. обозначился увеличением научных исследований текстов экономического дискурса в связи с процессом глобализации во всех сферах человеческой деятельности и необходимостью перевода большого количества англоязычных текстов. Данный вид перевода имеет целый ряд особенностей. Помимо знания специальных терминов, переводчик должен ориентироваться в современной экономике и иметь ясное представление как об общих тенденциях ее развития, так и о том сегменте экономики, с которым связаны тексты, подлежащие переводу.

Следует отметить, что понятие *экономический дискурс* употребляется параллельно с понятием *деловой дискурс* или *бизнес-дискурс* (Н. Наумова, Е. Петушинская, Н. Щекина и др.). Но такая замена не является логической, поскольку экономический дискурс является более широким понятием, которое включает в себя, кроме профессионального общения специалистов этой сферы, еще и межличностное общение продавца и покупателя, руководителя и сотрудника предприятия.

Перевод экономических текстов – это один из видов специального перевода. В зависимости от сектора экономики в рамках экономического дискурса формируются и соответствующие его подвиды: финансовый дискурс (финансы и кредит), бухгалтерский дискурс (бухгалтерский учет и аудит), налоговый дискурс (налоговое дело и страхование), деловой дискурс.

Экономические тексты имеют целый ряд специфических лексико-грамматических особенностей, к которым в полной мере можно отнести следующие:

- 1) наличие в текстах стилистических отклонений от общелитературного слоя языковых дефиниций (особенно в экономических документах);
- 2) большое количество сокращений и аббревиатур, большинство из которых используются только в экономических текстах и документах (сообщениях, решениях, отчетах);

3) группы слов и терминов, получивших название «ложных друзей переводчика» (например: *figure* ‘цифра’, *data* ‘данные’), транслитерационный перевод которых приводит к искажениям смысла переводимого текста;

4) широкое использование в текстах на экономические темы особых идиоматических выражений и фразеологических сочетаний, которые не употребляются в общелитературном слое языка.

Главной целью перевода экономических текстов является передача информации на лексическом, грамматическом, семантическом и стилистическом уровнях, а также передача прагматической функции текста. Переведенный текст по всем характеристикам и параметрам (точность перевода, стиль, смысл) должен быть идентичен оригиналу и максимально точно адаптирован для оптимального восприятия целевой аудиторией.

М. Неверович

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАЦИОНАЛЬНО МАРКИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК (на примере альбома «Спадчына Беларусі»)

В наше время в эпоху глобальной интеграции остро стоит проблема сохранения материального и духовного наследия небольших стран и поиска способов популяризации их культуры в мире. В частности, это затрагивает и культурное наследие Республики Беларусь. Аспект перевода текстов данной тематики является важной составляющей популяризации культурного наследия нашей страны за рубежом, что требует внимательного изучения особенностей перевода маркированной национально-культурной лексики, способов и приемов передачи на другой язык национальной специфики белорусской культуры.

Особенности перевода маркированной национально-культурной лексики с белорусского/русского языков на английский язык рассмотрены нами на примере текстов из серии книг-альбомов проекта «Спадчына Беларусі») Александра Алексеева и Олега Лукашевича.

Наибольшие трудности при переводе представляют такие национально-специфические элементы липгвокультуры, как лакуны и реалии. Существует множество лексических единиц, представляющих собой реалии, которые обозначают особенности материальной и духовной культуры. Они содержат в себе этнонациональную специфику и не имеют лексического эквивалента в других языках. Передача национального колорита – одно из условий актуализации маркированной национально-культурной лексики при переводе на иностранный язык, что не всегда успешно реализуется. Например, *Срэбраны кувель* (кубак) *Багуслава Радзівіла з унянымі 12 медалямі* ‘A silver **cup** of Boguslaw Radziwill with 12 soldered-in medals’. В данном случае при переводе применяется прием генерализации.

Методом сплошной выборки из указанного источника было отобрано 217 лексических единиц маркированной национально-культурной лексики. В ходе анализа были выявлены наиболее часто используемые переводческие

трансформации, так как данные способы актуализации реалий подразумевают максимальное раскрытие значения исходной единицы. Пять самых частотных переводческих трансформаций – генерализация, калькирование, использование словарного соответствия, подбор соответствия-аналога и описательный перевод. Реже используется двойной перевод, когда реалия в белорусскоязычном тексте передается на английский язык транскрипцией с русского языка. Такой способ актуализации реалии демонстрирует низкую частотность, так как транскрипция русского перевода белорусского слова не передает фонетические особенности слова на белорусском языке. Данный способ актуализации реалии снижает эффективность передачи национального колорита и не может считаться удачно выбранным способом компенсации реалии.

М. Нестерович

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЖАНРА ИНТЕРВЬЮ СО ЗВЕЗДОЙ

Материалом для исследования послужили 6 текстов интервью с представителями разных сфер шоу-бизнеса и искусства.

При переводе часто встречались *аллюзии* и *отсылки к поп-культуре*, которые передавались при помощи описания, смыслового развития, а также путем указания дополнительной информации в сносках:

*You're basically your family's **Olivia Pope**. – То есть ты являешься своеобразным **кризисным менеджером** для своей семьи.*

*When you were coming to prominence, what was the best piece of advice that you got about the "**fame monster**". – Какой совет о темной стороне популярности, о так называемом «**монстре славы**» из песни Леди Гаги, ты была бы рада получить в начале своей карьеры?*

*Фразеологические выражения и сочетания передавались путем подбора в языке перевода клишированных соответствий, в то время как при передаче преимущественно *разговорных фразеологических единств и сращений*, по возможности, подбирались близкие по значению фразеологизмы. Однако в большинстве случаев приходилось использовать отдельные лексические единицы эквивалентного стилистического регистра: *No, I'm not going to put you on blast. – Нет, я не хочу тебя спалить.**

Преимущественно *разговорные фразовые глаголы* переводилось либо путем подбора полного соответствия, либо посредством смыслового развития, описательного перевода и лексического добавления в сочетании с грамматическими трансформациями с учетом стилистической окраски: *I had been loafing around between films. – Я бездельничал сразу на двух площадках.*

Перевод множественных *терминов и профессионализмов* потребовал подбора существующих эквивалентов, которые часто являлись *англицизмами*, то есть были заимствованы русским языком в транслитерированном виде: *It was like a **buddy movie** and stuff. – Это было что-то типо **бадди-муви**.*

При передаче *нецензурной брани* были учтены различия двух языков в степени допустимости публичного использования единиц данного пласта лексики: *Will ya try not to turn **shit-heel**? – Постараешься не превратиться в засранца?*

Неологизмы и окказионализмы передавались посредством описательного перевода, генерализации, а также транскрипции, транслитерации и калькирования:

*And they **Shylocked off**. – И они схлестнулись в схватке за звание “Шейлок года”.*

Определенная доля окказионализмов была представлена в виде *много-членных атрибутивных конструкций*, которые передавались посредством семантического развития, описания и калькированного перевода:

*I didn't get the sort of **Robert De Niro offers**. – Не могу сказать, что тогда мне приходилось отбиваться от предложений сняться в большом кино.*

А. Новик

СПОРТИВНАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ ПЕРЕВОДА

Терминология составляет значительную часть лексического состава языка, а вся система языка делится на тематические области, каждая из которых имеет свои особенности. Особенностью спортивной терминологии является то, что в ее состав входят понятия из различных областей. Также спортивная терминология является одной из наиболее активных и употребительных терминологий, ведь она широко используется как в специальной спортивной литературе и специализированных передачах, так и в других СМИ, в основном, в метафорическом значении. Спорт представляет собой массовое явление, способствующее установлению межкультурных контактов как между профессионалами, так и любителями спорта, поэтому в условиях межкультурной коммуникации именно переводчики будут выступать в роли посредников.

Можно выделить следующие способы перевода спортивной терминологии:

- подстановка (*die Arena* ‘арена’, *der Basketball* ‘баскетбол’);
- транскрипция и транслитерация (*der Großmeister* ‘гроссмейстер’, *der Mawashi* ‘маваши’);
- прямое соответствие (*gelbe Karte* ‘желтая карточка’);
- калькирование (англ. *der Shooting Guard* ‘атакующий защитник’);
- конкретизация (*das saubere Schiessen* ‘чистая стрельба’ (о биатлоне);
- описательный перевод (*der Handelfmeter* ‘пенальти за игру рукой’).

Спортивный перевод получил активное развитие в последнее время, а соревнования международного уровня невозможно представить без работы переводчиков. Посредством анализа различных источников было выявлено шесть наиболее часто встречающихся способов перевода спортивной лекси-

ки. Более востребованными способами являются прямая подстановка, транскрибирование и транслитерация, что объясняется иностранным происхождением многих видов спорта и заимствованиями, которые характерны для спортивной лексики. Зачастую используется такой прием, как прямое соответствие, что говорит о том, что лексическая система русского языка способна передать иностранный термин собственными средствами.

Приемы конкретизации, описательного перевода и калькирования также используются при переводе, но применяются гораздо реже.

Я. Новиков

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ МАНИПУЛИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ

Политическая коммуникация – речевая деятельность, ориентированная на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан и побуждение к политическим действиям для принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе.

Отличительной чертой политической коммуникации является манипулирование общественным мнением – вид психологического воздействия, направленного на побуждение адресата к совершению тех или иных действий через скрытое структурирование мира в его сознании в результате внедрения в его психику целей, желаний, намерений и установок, не совпадающих с теми, которые объект воздействия мог бы сформировать самостоятельно.

Примером такого активного воздействия может служить политическая коммуникация в Италии, где в силу частой сменяемости правительств политические деятели вынуждены прибегать ко всем доступным средствам манипулирования для привлечения сторонников и укрепления своих позиций.

В этом процессе манипулирование реализуется через языковые и речевые средства, наиболее действенными из которых являются средства экспликации базовой оппозиции «свой – чужие» и метафора. Кроме того, существуют различные стратегии и тактики ведения политической дискуссии, например, стратегия на понижение, стратегия на повышение, тактики презентации и сапопрезентации, кооперации и отвода критики.

Например, в своем последнем выступлении перед сенаторами в качестве премьер-министра страны Дж. Конте использовал широкий спектр языковых средств манипулирования. Одним из наиболее часто встречающихся из них стала метафора. В предложении *Я председатель Совета министров, капитан команды, и я обязан защищать своих министров* он употребил спортивную метафору, реализовав таким образом тактики самопрезентации и кооперации с целью поиска и сплочения сторонников. В данном случае Дж. Конте пытается выставить себя в выгодном свете перед сенаторами, склоняя их принять его сторону в конфликте с партией «Живая Италия».

Реализацию тех же тактик, но при помощи несколько иных средств, можно увидеть и в следующем высказывании: *Мы выбрали Италию. Мы поставили спасение Италии выше интересов партии* (М. Сальвини). Оратор апеллирует к патриотическим чувствам адресатов, одновременно выставляя себя и своих сторонников настоящими патриотами Италии и пытаясь завоевать доверие для укрепления своей позиции.

Манипулирование – неотъемлемая часть политической коммуникации, ведь одной из главных задач политиков является привлечение избирателей на свою сторону. Чем ярче и образней средство его актуализации, тем выше шансы политика обрести новых сторонников и закрепиться у власти.

А. Орешкевич

СЛЕНГИЗМЫ В РОМАНЕ ДЖ. Д. СЭЛИНДЖЕРА «НАД ПРОПАСТЬЮ ВО РЖИ»: ПЕРЕВОД И ПЕРЕПЕРЕВОД

Переперевод – это новый вариант перевода литературного произведения, уже известного читателю по работе другого переводчика. Перевод и переперевод сленга всегда вызывают определенные трудности, поэтому переводчики прибегают к разным способам его интерпретации.

Для того чтобы проследить специфику перевода сленга и его «эволюцию», сравним два варианта перевода романа Дж. Сэлинджера «*The catcher in the rye*»: Р. Райт-Ковалевой (1955) и М. В. Немцова (2008).

Для перевода сленгизмов Р. Райт-Ковалёва использовала эвфемистический перевод *And then under it that it'll Fuck you* 'а под этим всем нацарапают похабщину'; опущение *Then I started the old scrap around* 'И тут я разошелся вовсю'; лексическую замену *horny* 'препаршиво'; компенсацию, членение и объединение предложений, сохраняя тем самым краткость и ясность. Данный перевод считается классическим и единственным его вариантом на протяжении сорока лет. Р. Райт-Ковалева смягчила текст романа, редуцировала сниженную лексику, сделала текст романа более нейтральным. Все потому, что в те времена перевод осуществлялся для читателей из СССР.

Для перевода сленгизмов М. Немцов часто использовал дословный перевод, а иногда и чрезмерную экспрессию и добавление. Кроме того, он прибегал к анатомическому переводу *Very big deal* 'Не хрен собачий'; замене нейтрального английского слова или выражения на разговорное русское *parents* 'предки', *nose* 'шнобель'; употреблению узконаправленной лексики *stuff* 'хезалово'. Главная цель М. Немцова заключалась в создании текста максимально близкого к оригиналу и более соотнесенного со стилем читателя нового времени.

Таким образом, характер перевода сленга зависит от времени, в которое был сделан перевод, и аудитории, для которой данный перевод был осуществлен. Если раньше переводчики были ограничены цензурой и поэтому были вынуждены применять различные способы перевода сленга, дабы

сделать его более нейтральным, то сегодня переводчики более вольны выражаться так, как это делает автор текста, но при этом учитывать аудиторию (в данном случае – это современные подростки), для которой переводится роман, и избегать слишком частого упоминания бранных слов.

Я. Переверзева

ЭМФАТИЧЕСКИЕ КОНСТРУКЦИИ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ОСКАРА УАЙЛЬДА И СПЕЦИФИКА ИХ ПЕРЕВОДА

Как известно, для придания выразительности устной и письменной речи используются различные эмфатические конструкции. Они делают речь более эмоциональной. Язык художественного произведения, несомненно, обогащается за счет использования автором эмфатических конструкций. Как отмечает А. М. Сербиновская, эмфатическая конструкция представляет собой синтаксическую конструкцию, которая выполняет функцию выделения того или иного члена предложения.

Целью данной работы является анализ эмфатических конструкций английского языка, используемых в произведениях О. Уайльда, и определение основных способов их передачи при переводе на русский язык.

Материалом для нашего исследования послужили 20 эмфатических конструкций, отобранных методом сплошной выборки из известных произведений О. Уайльда. Были зафиксированы следующие конструкции: инверсия (6), сравнения (5), лексико-синтаксические повторы (2), параллельные конструкции (1), усилительные слова и словосочетания (6).

При передаче данных конструкций на русский язык переводчиками использовались различные трансформации: добавление, опущение, перестановки, членение предложений и изменение структуры предложения. Приведем несколько примеров: *And there **came to him the little daughter** of the Woodcutter...* – *Сзади **тихонько** подошла младшая дочка дровосека* (лексическое добавление при передаче инверсии); *I pray thee send for him quickly, for **in search of him have I wandered** over the whole world.* – *Умоляю, позовите его быстрее сюда. Уже давно я ищу его по всему свету* (добавление в сочетании с членением предложения при передаче инверсии); *She passed through the grove **like a shadow**, and like a shadow she sailed across the garden.* – *Словно тень, она пролетела через рощу, и словно тень, проскользнула над садом* (перестановка при передаче сравнения); *It is not he who is revealed by the painter; it is rather the painter who, on the coloured canvas, reveals himself.* – *Не его, а самого себя раскрывает на полотне художник* (прием опущения при переводе предложения с усилительной конструкцией *it is/was...who/that*); *...but passion **has made his face like pale ivory**...* – *...а страсть сделала его лицо таким бледным, что оно стало похоже на слоновую кость...* (изменение структуры предложения при передаче сравнения).

Проведенный нами анализ показал, что при переводе произведений О. Уайльда на русский язык чаще всего для передачи эмфатических конструкций используется прием добавления, причем как самостоятельно, так и в сочетании с другими трансформациями (с членением предложения, с перестановкой).

Е. Петрович

ОТРАЖЕНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕГИОНАЛЬНЫХ ДИАЛЕКТОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ

Английский язык – это государственный язык Великобритании, США, Австралии, Новой Зеландии и Канады. В настоящее время население этих стран имеет свой вариант произношения, который считается их национальным языком. Каждый вариант английского языка имеет различные, официально закрепленные варианты произношения – *диалект*. Диалект – разновидность общенародного языка, употребляемая сравнительно ограниченным числом людей, связанных территориальной, социальной, профессиональной общностью. Классификация современных английских региональных диалектов представляет серьезные трудности, т.к. их границы отличаются большой зыбкостью, а языковой стандарт все больше и больше вторгается в область распространения диалектной речи. Многие лингвисты обращают внимание на то, что характерным признаком строя диалектов является так называемая *избыточность*.

В шотландском диалекте (scotticisms) распространены такие слова, как *brar* (англ. ‘brother’), *fitba* (англ. ‘football’), *laissie* (англ. ‘woman’), *bairn* (англ. ‘child’), *bonny* (англ. ‘beautiful’). При первом ознакомлении с текстом переводчик должен убедиться, на каком именно диалекте написан текст, во избежание неправильного подбора эквивалентов и даже неловких ситуаций.

К примеру, в британском варианте слово *игра* переводится как ‘game’, а в австралийском ‘brave’, а слово *ферма* будет переводиться как ‘farm’ в британском английском, но как ‘station’ в австралийском варианте английского языка. Приведем пример текста, написанного на австралийском диалекте:

My best friend is a coppa (англ. policeman) from Straya (англ. Australia). Every morning he goes to Macca’s (англ. McDonald’s) to have brekky (англ. breakfast). He is a veggo (англ. vegetarian) and loves choccy (англ. chocolate), biccys (англ. biscuit) and a good cuppa (англ. cup of tea). His favourite band is Accadacca (англ. AC/DC). We had a convos’arvo (англ. conversation this afternoon). Today he has taken a sickie (англ. sick day) and feels devo (англ. devastated). I hope tomorra (англ. tomorrow) he’ll feel better.

При первоначальном чтении данного текста необходимо ознакомиться с диалектными особенностями лексики и воспользоваться достоверным источником.

Главные задачи перевода – достижение максимальной эквивалентности, передача индивидуального стиля автора, передача черт литературного

направления, эмоциональной и стилистической окраски текста. Часто переводчики используют приемы нейтрализации и компенсации, что помогает передать замысел автора.

Таким образом, с помощью диалектизмов авторы решают различные художественные и стилистические задачи, прежде всего, создание местного колорита и речевой характеристики персонажей.

А. Пинязик

ОСОБЕННОСТИ ЛОКАЛИЗАЦИИ ВИДЕОИГР В КОНТЕКСТЕ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА

Видеоигры являются постоянно растущим и популярным медиаразвлечением в современном обществе и в то же время крупным экономическим сектором.

Современные возможности цифровой дистрибуции видеоигр посредством Интернета и культурное многообразие стран позволяют реализовать широкие возможности для создания большой целевой аудитории и популяризации видеоигрового контента. Вместе с этим появляется необходимость постоянной и высококвалифицированной работы над локализацией игр для успешной продажи товаров и услуг данной категории в различных регионах мира.

Во многих ситуациях термины *локализация* и *перевод* являются взаимозаменяемыми, однако в отличие от аудиовизуального перевода локализация программного обеспечения и видеоигр представляет собой более многоуровневый и продолжительный процесс создания продукта.

Центральной характеристикой успешного аудиовизуального перевода любого типа контента является синхронизация переведенных элементов с оригинальными видеоэлементами. В большинстве видеоигр языковые элементы обладают интерактивным характером и создают трудности на всех этапах их разработки. В отдельных случаях языковая информация может напрямую быть частью игрового процесса. В видеоигре *Return of the Obra Dinn* игровой процесс связан с исследованием пропавшего корабля, анализом информации и выбором вариантов произошедших событий с экипажем в формате одного предложения, с выбором вариантов отдельных частей предложения с помощью контекстного меню. Маркированность языковых единиц в отдельных языках, типология порядка слов, отсутствие прямых эквивалентов и другие языковые особенности вынуждают вносить серьезные изменения в интерфейс игры или смысл оригинальной фразы, редуцируя, изменяя и устранив оригинальную импликационную информацию.

Локализация игр является развивающейся профессиональной сферой, с множеством специфических ограничений и творческих свобод в рамках лингвистики и теории перевода. Специфические характеристики видеоигр напрямую отражают развитие и уникальный характер данного вида аудиовизуального перевода как интерактивного формата развлечений. Несмотря на

функциональную схожесть с локализацией программного обеспечения, локализация видеоигр обладает особенностями, связанными с фокусом конечной цели продукта на развлечении потребителя данного продукта. Для достижения данной цели команды-локализаторы стараются сохранить баланс между оригинальным материалом, потребностями новой целевой аудитории и возможностями разработчиков видеоигр.

А. Пискур

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ПЕРЕВОДА АМЕРИКАНСКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЮМОРА (на материале произведений Дж. Хеллера и Р. Дала)

Чувство юмора – индивидуальная характеристика человека, но существуют особенности национального юмора. Важно отследить их и понять, влияют ли данные свойства на восприятие шутки реципиентом и на качество перевода. Именно под влиянием особенностей национального юмора были написаны произведения Р. Дала и Дж. Хеллера.

Особенности английского юмора можно условно разделить на две категории: экстралингвистические и лингвистические. К первым относятся самоирония, черный юмор и невозмутимость.

A chocolatier has to run free and solo. <...> Oh, look at me. I had not family, and I'm a giant success. Переводчик пишет: *Кондитер должен летать в одиночестве. <...> Посмотрите на меня, у меня нет семьи и я процветаю.*

"Then he will be made into strawberry flavored <...> fudge, they'll be selling him by the pound all over the world..." – "No. <...> The taste would be terrible. <...> Eww. No one would buy it." Перевод: *«Значит, из моего сына сделают клубничную помадку <...> и будут продавать по всему миру?!» – «Нет, <...>. Вкус будет ужасный. <...> Фу. Его покупать не станут».*

Ко второй категории относится игра слов, которая требует особых навыков переводчика. Только от него зависит, дойдет ли в тексте перевода до читателя шутка и будет ли передан заложенный смысл: *He says Turks from Turkey is tasting of turkey. – Индусы из Индии ничуть не хуже индюшатины.* Переводчик передает смысл шутки, заменяя *Turks* и *Turkey* более подходящими в данной ситуации и созвучными со словом *индейка* *индусами* и *Индией*.

Американский юмор отличается большей ситуативностью. Для него характерны кажущееся отсутствие скрытого смысла, ироничная прямота либо двойной смысл, полная эксплицитность и доведение нелепой ситуации до крайности. Таким образом, перед переводчиком стоит задача правильного восприятия обстоятельств шутки для полной передачи комического эффекта.

That crazy bastard may be the only sane one left. Переводчик соблюдает антонимичность оригинала: *Он один тут не сумасшедший, даром что псих.*

"Hungry Joe was killed." – "God, no! On a mission?" – "He died in his sleep <...>. They found a cat on his face." Перевод: «Заморыш Джо...» – «Боже! Погиб на задании?» – «Умер во сне. На лице у него нашли спящего кота».

Таким образом, английский юмор строится на побуждении подумать, в то время как американский юмор состоит из бесцеремонных шуток, не терпящих недосказанности. И если понятие о том, что смешно, в обеих культурах не сильно отличается, то формы выражения – кардинально. Для того чтобы верно уловить суть юмора, необходимо иметь представление о культурных особенностях обеих стран, а также хорошо владеть разговорным английским: чаще всего суть шутки заложена в звуковой игре слов или двусмысленности фразы. От переводчика требуется не только хорошее знание языка, но и навык свободного применения переводческих трансформаций.

А. Погорельская

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИТАТ И АЛЛЮЗИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

Цель данной работы – рассмотреть прагматические функции цитат и аллюзий как средств отсылки к информации в англоязычном медиадискурсе и предложить основные способы их перевода на русский язык.

Для написания работы использовалось определение аллюзии, данное И. Р. Гальпериным, согласно которому под аллюзией понимается «литературный акт ссылки на любой предыдущий текстуальный референт, который предусматривает наличие фоновых знаний (совокупность свидетельств культурно- и материально-исторического, географического и прагмалингвистического характера, которые имеются у носителя определенного языка) у читателя об этом факте и вызывает у него соответствующие ассоциации». Нами также использовано определение цитаты как «любого заимствования претекста текстом-реципиентом» (Р. Барт).

Среди основных прагматических функций аллюзии в англоязычном медиадискурсе выделяют юмористическую / ироническую функцию: *In the Fed we Trust* (The Times, 2004, no. 3); *We will schlock you* (The Daily Telegraph, 2003, no. 24), которая заключается в том, что аллюзия может нести оттенок пародийности и/или ироничности с целью преуменьшить или преувеличить значимость ситуации или личности, создавая комический эффект. Частотной является характеризующая функция: *Arthur Andersen Rises From The Ashes* (The Times, 2015.10.10).

В медийном дискурсе цитирование слова и словосочетания может быть вызвано поиском наиболее точных формулировок мысли или служить средством экономии журналистского комментария, поскольку цитата уже выражает определенное мнение: *Accounts Committee says in a report published in January that councils have been taking on "extremely risky levels of debt in recent years" investing in commercial ventures "in an effort to shore up dwindling finances"* (The Guardian, 2021.03.22).

Переводчик может обращаться к переводческим трансформациям в случаях, если реалия, употребленная в языке оригинала, не будет понята русскоязычными читателями, или не прибегать к таким трансформациям, надеясь на осведомленность читателя: ... *the Donbas barrier in any form would be worse than **Donald Trump's wall*** (любой барьер на Донбассе будет хуже, чем стена Дональда Трампа). При переводе цитат и пословиц переводчик ищет русское соответствие, в случае его отсутствия прибегает к переводческим трансформациям или перифразу: *Beauty and the Beast is simply a cover version of a chart-topping song, played with such anonymous competence that Condon's motto must have been, "It ain't broke, don't fix it". Another motto might have been better: "If it ain't broke, don't remake it"*. Имеет смысл преобразовать пословицу, чтобы лучше объяснить смысл данного высказывания: «От добра добра не ищут». Хотя здесь, пожалуй, было бы уместнее сказать: «От римейка добра не жди».

М. Подоляк

ПЕРЕВОД УСТОЙЧИВЫХ СЛОВСОЧЕТАНИЙ И ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ (на материале современных англоязычных СМИ)

Перевод ФЕ и устойчивых словосочетаний в текстах английской прессы – очень непростая задача вследствие того, что фразеологизмы представляют собой единый образ. Нашей задачей было изучение проблем перевода фразеологических единиц в текстах английских средств массовой информации и исследование методов перевода фразеологизмов в современной английской прессе на русский язык. Материалом для исследования послужили 65 фразеологических единиц из *The New York Times* и *The Wall Street Journal*. К основным методам перевода фразеологических единиц оригинала относятся: полный, частичный и относительный эквивалентный перевод, в случае отсутствия фразеологических соответствий используется лексический перевод, калькирование и описательный перевод.

Полный эквивалент: *Still, it is **better late than never**, (if not too late), that a receiver should he appointed.* – *Всё же **лучше поздно, чем никогда** (если, конечно, ещё не совсем поздно), но получателя стоит указать.*

Частичный фразеологический эквивалент: *If he is caught, there will be plenty of charges for him to answer and he will certainly **get into hot water**.* – *Если его арестуют, ему предъявят много обвинений, и тогда-то он действительно **попадёт в беду**.*

Относительный фразеологический эквивалент: *This agreement ... could **pave the way for** similar agreements with General Motors and Chrysler.* – *Это соглашение может **подготовить почву** для аналогичных соглашений с компаниями Дженерал Моторс и Крайслер.*

Лексический перевод (понятие в одном языке обозначено фразеологизмом, а в другом – словом): *Five years into this thing (the war with Iraq), **we're taking our eye off the ball**.* – *В течение пяти лет, будучи вовлечёнными в эту войну, **мы упускаем из виду основную цель**.*

Калькирование: *Fergie clearly **backed the wrong horse here**, leaving Ruud van Nistelrooy, Wayne Rooney and Cristiano Ronaldo all on the bench.* – Очевидно, что Ферджи **поставил не на ту лошадь**, оставив всех на скамейке запасных: и Руда ван Нистельроя, и Уэйна Руни, и Кристиано Рональдо.

Описательный перевод: *It looks paradoxical that certain banking institutions receiving Federal aid look with **a fishy eye** at the new Home Owners Loan Corporation.* – Парадоксальным кажется то, что некоторые банковские учреждения, получая федеральные субсидии, **без энтузиазма** относятся к новой корпорации кредитования домовладельцев.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие основные выводы: окончательное решение об использовании того или иного способа перевода английской ФЕ зависит от контекста. Правильное применение любого переводческого приема и метода предполагает творческий подход к решению каждой конкретной задачи.

А. Полещук

СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ ВЫРАЖЕНИЯ КАТЕГОРИИ ПАССИВА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Предметом настоящего исследования являются сходства и различия языкового выражения пассивного залога в англоязычных и русскоязычных текстах экономической тематики. Методом сплошной выборки из указанных выше текстов отобрано по 50 предложений с употреблением пассивного залога на английском и русском языках.

На основе проведенного лингвистического анализа выявлены следующие сходства и различия выражения категории пассива в англоязычных и русскоязычных текстах экономической тематики: с точки зрения видо-временных форм, в англо- и русскоязычных публицистических текстах экономической тематики категория пассива чаще всего представлена формами совершенного вида. В то же время в русскоязычных текстах экономической тематики случаи выражения пассива формами несовершенного вида встречаются чаще, нежели в англоязычных текстах. К примеру, в проанализированных нами англоязычных текстах экономической тематики доля предложений с пассивной формой несовершенного вида Present Continuous Passive составила всего 1 %:

*In addition, new data **are being collected** on regulations according to length of job tenure.*

В русскоязычных текстах доля предложений с пассивными формами глаголов и причастий несовершенного вида составила 46 %.

В англоязычных текстах экономической тематики категория пассива в большинстве случаев представлена формами настоящего времени Present Indefinite Passive, Present Perfect Passive и Present Continuous Passive,

*World growth **is now expected** to be 4¼ percent.*

*Growth forecasts **have also been revised** upwards.*

В соответствующих русскоязычных текстах категория пассива чаще всего представляется причастиями прошедшего времени.

Со структурной точки зрения, следует отметить, что в пассивных конструкциях из проанализированных нами как англо-, так и русскоязычных текстов экономической тематики в качестве вспомогательного глагола в подавляющем большинстве случаев употребляется глагол-связка *быть* (англ. *to be*): в 96 % англоязычных и в 99 % русскоязычных конструкциях.

В предложениях с употреблением пассивного залога как в англо-, так и в русскоязычных публицистических текстах экономической тематики чаще всего используется так называемая двучленная пассивная конструкция. Тем не менее стоит подчеркнуть, что доля предложений с двучленной пассивной конструкцией оказалась выше в русскоязычных экономических текстах:

Были существенно сокращены расходы на обслуживание государственного долга.

Ю. Пономарева

РОЛЬ ПЕРЕВОДЧИКА В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Деловая коммуникация – это процесс взаимодействия, направленный на эффективную актуализацию и успешное решение возникающих задач в различных областях общественной деятельности в сфере производства, науки, экономики, культуры, спорта и т.п. Основными задачами деловой коммуникации могут быть продуктивное сотрудничество, стремление к сближению целей и улучшение партнерских отношений. В международном сотрудничестве важную роль играет переводчик как посредник в межъязыковом и межкультурном отношении, оставаясь при этом незаметным участником переговорного процесса, понимая, что перевод с языка на язык – это всегда и перевод с одной культуры на другую.

Одна из важнейших особенностей профессии переводчика – индивидуальный характер профессиональной деятельности. Настоящий профессионал, вооруженный необходимыми сведениями о переводе, должен уметь правильно определить сложность возникших задач и найти единственно правильный путь их решения.

В нашем исследовании была проанализирована работа М. Гросс, одного из ярких представителей переговорного международного процесса на переговорах в Хельсинки 2018 года между высшими должностными лицами США и России – Д. Трампом и В. В. Путиным.

В фокусе внимания переводчика находятся все подробности и тонкости содержательной части предмета переговоров, изложенные адекватными средствами на языке перевода.

Важно отметить, что в международных деловых переговорах участники обращают особое внимание на различия в ценностных установках представителей разных культур и на индивидуальные характеристики каждого переговорщика.

После проведенных переговоров переводчица М. Гросс оказалась в центре политической бури, так как она могла знать конфиденциальную информацию, которую обсуждали главы государств. Этот момент важно прокомментировать с точки зрения профессионального этикета о конфиденциальности перевода, который представляет собой одно из важнейших правил «Морального кодекса переводчика». Существуют ситуации, когда перевод носит конфиденциальный характер. Важно подчеркнуть, что устные переводчики во время переговоров ведут записи, кодируя сообщения переводческой скорописью. Переводческая скоропись состоит из универсальных знаков, знаки могут быть придуманы самим переводчиком в момент кодирования текста. Таким образом, переводчик, во-первых, не вправе разглашать конфиденциальность деловых переговоров, во-вторых, сделанные им записи могут быть расшифрованы лишь самим посредником межкультурной коммуникации.

А. Поправко

ПЕРЕВОД САКРАЛЬНЫХ ТЕКСТОВ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ПРИНЦИПЫ

Перевод Библии представляет собой сложнейшую область гуманитарной науки, которая объединяет в себе как минимум три дисциплины: лингвистика, в частности теория перевода, культурология и богословие. Работа переводчика усложняется тем, что особенности перевода Библии не укладываются в рамки общепринятой теории перевода.

Известно, что библейские темы оказали огромное воздействие на развитие мировой культуры, обогатили ее образами и сюжетами, наполненными высоким гуманистическим содержанием и идеалами высокой нравственности. Так, переосмысленные библейские сюжеты, возвеличивавшие человека в его земной жизни, породили искусство эпохи Возрождения. «Божественная комедия» А. Данте является причудливым переплетением библейских образов с персонажами античной истории и с портретами современных ему политических деятелей. Своеобразной интерпретацией мифов об Адаме и Еве, о падшем ангеле предстает поэма Мильтона «Потерянный рай». На библейских сюжетах основывается философская трагедия Гёте «Фауст». Мифовеллу об Иосифе Прекрасном положил в основу своего романа «Иосиф и его братья» Томас Манн.

Именно под этим углом зрения следует рассматривать историко-культурное значение перевода Библии. Для достижения адекватности перевода библейских текстов на русский язык используют различные переводческие трансформации. К наиболее часто употребляемым грамматическим трансформациям относятся замена частей речи, изменение видовременных форм, состава членов предложения, синтаксические замены. Среди лексических трансформаций следует отметить конкретизацию и генерализацию значений, смысловое развитие, опущение и т.д.

Выбор переводческих трансформаций обусловлен, главным образом, особенностями и прагматическими установками оригинала. При этом следует отметить, что перевод Библии представляет собой достаточно закрытую область переводческой деятельности, потому что не каждому специалисту могли доверить транскодирование данного сакрального текста. Переводчик должен, с одной стороны, принимать во внимание традиции перевода данного текста, а с другой – учитывать аудиторию, на которую ориентирован выполняемый перевод. Практически все переводчики Библии владели основами богословия.

На протяжении долгих веков именно переводы библейских текстов лежали в основе многих национальных традиций, с одной стороны, приобщая их к сокровищницам мировой культуры, а с другой – позволяя им вырабатывать неповторимые и своеобразные жанры и литературные приемы.

Ю. Прищиц

ОБРАЗ ПОДРОСТКА В РОМАНЕ Д. МИТЧЕЛЛА «ЛУЖОК ЧЕРНОГО ЛЕБЕДЯ»: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Роман Д. Митчелла «Лужок Черного Лебедя» (Black Swan Green, 2006) написан от имени главного героя – Джейсона Тейлора. Ключевой темой романа является болезненный процесс взросления, проблема непонимания окружающих и попытки понять себя.

Образ подростка строится с помощью различных методов, например, из описания мира вещей, поскольку предметы, которые окружают героя, также могут многое про него рассказать. В нашем романе – это пишущая машинка.

Английский вариант	Русский вариант
My Silver Reed's probably what I'd save if our house ever caught fire, now my granddad's Omega Seamaster's busted. The worst thing in a locked house in a bad dream, that was.	Если у нас в доме случится пожар, я первым делом кинусь спасти свою пишущую машинку. Раньше это были бы дедушкины часы, но я их разбил – в чудовищном кошмаре в запертом доме в страшном сне.

Для полного понимания значений *Silver Reed* и *Omega Seamaster* в русском варианте они были заменены на *пишущую машинку* и *дедушкины часы*.

Из данного фрагмента можно заметить, что выражение своих переживаний на бумаге является самым важным для него в данный момент. Герой не может поделиться этим лично с кем-то, тем самым мы видим, насколько он замкнутый ребенок.

Английский вариант	Русский вариант
I can never tell Dad what I really think like that. I can feel the stuff I don't say rotting inside me like mildewy spuds in a sack.	Я вот не могу так прямо сказать папе все, что думаю. Я чувствую, как невысказанное гниет у меня внутри, словно плесневелая картошка в мешке.

В этом примере видно, что переводчик использовал добавление *вот не могу так прямо*, а также сохранил во втором предложении стилистический прием сравнения. В данном отрывке, описывая взаимоотношения в семье, автор дает читателю глубже познать героя и убедиться, что семья также оказывает влияние на формирование характера и поведения. Таким образом, можно предположить, что отсутствие доверительных и теплых отношений в семье и стало результатом скрытности и неуверенности мальчика.

По результатам исследования было выявлено, что для перевода элементов образа использовались такие переводческие трансформации, как добавление, опущение, контекстуальная замена, перестановка, замена частей речи, объединение предложений. Кроме того, большинство элементов, формирующих целостный образ главного героя, были полностью сохранены в переводе. Некоторое количество подверглось частичным изменениям, некоторые фрагменты были полностью заменены переводчиком, однако доля образности не была утрачена.

В. Пшигодский

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ПОЭТИЧЕСКОМУ ПЕРЕВОДУ (на примере баллады «Heather Ale» Р. Л. Стивенсона)

В отношении профессиональных подходов к поэтическому художественному переводу можно выделить два основных: более точно отражающий особенности подлинника, но менее поэтичный, и более поэтичный, который соотносится с оригиналом только в рамках поэтического мастерства, при этом игнорируются некоторые подробности подлинника, получается независимое произведение. Эти два подхода можно разобрать на примере переводов баллады “Heather Ale” Р. Л. Стивенсона. На русском языке в печатных изданиях существует перевод Н. К. Чуковского («Вересковое пиво», 1935) и С. Я. Маршака («Вересковый мед», 1941).

С. Маршак делает акцент на поэтичности произведения, отклоняясь зачастую очень существенно от оригинального текста, но сумев передать заложенные оригиналом эмоции, а Н. Чуковский – на точности.

Приведем пример на лексическом уровне. Для описываемого народа, Р. Л. Стивенсон употребляет сразу несколько названий: он называет их *гномами* (малютки в версии С. Маршака), *варителями напитка* (ориг. “The Brewsters of the Heather”) и *пиктами*. Примечательно, что слово *пикты* для

обозначения народности «малюток-медоваров» у С. Маршака встречается лишь единожды, а у Н. Чуковского – дважды: впервые там же, где и в подлиннике, и в предпоследней октаве. Текст баллады подчеркивает мужество народа и их нежелание делиться секретом приготовления желаемого королем питья. Р. Л. Стивенсон задумал повысить градус эмоций, вложив в уста гнома уверенность, а в его чувства – бесстрашие перед грозящими пытками, переводчик обязан отобразить это соответствующе.

Н. Чуковский откровенно буквален в передаче авторского стиля, и от этого буквализма чувства подлинника затухают в его переводе: *А теперь готовьте пытки. Ничего не выдам я, И навек умрет со мною Тайна сладкого питья.* Бесспорно, что передана авторская лексика, но стиль остался неотражённым.

То же нельзя сказать о тексте С. Маршака, где соблюдена эмоциональная функция текста: *А мне костер не страшен. Пускай со мной умрет Моя святая тайна – Мой вересковый мед!* Мы видим, что С. Маршак добавляет эпитет *святая*, а также не случайны добавления личного притяжательного местоимения *моего, мой*. Это добавление делает текст ближе к читателю, поскольку с такими словами он становится более личным.

Таким образом, мы рассмотрели два основных подхода к поэтическому переводу: точный, максимально дословный, и поэтический, уходящий гораздо дальше от подлинника. Выбор предопределяется склонностями переводчика, его возможностями и талантом. Тем не менее спор о том, какой из стилей следует предпочитать, так и не решен окончательно.

В. Радовец

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ИМЕН ПЕРСОНАЖЕЙ В НАУЧНО-ФАНАСТИЧЕСКОМ СЕРИАЛЕ «ДОКТОР КТО»

Во вселенной британского научно-фантастического сериала «Доктор Кто» встречается множество вымышленных персонажей, чьи имена имеют мотивировочную основу, которая может влиять на их перевод. В качестве материала для анализа взяты имена персонажей из 2–7 сезонов новой школы сериала.

Помимо вымышленных героев, в сериале встречаются персонажи и исторические личности. Их перевод осуществляется по уже установленным правилам (*Winston Churchill* – Уинстон Черчилль, *Lucius Dextrus* – Луций Декстер, *Shakespeare* – Шекспир).

При переводе имен вымышленных персонажей преобладает транскрипция (*Astrid Peth* – Астрид Пет, *River Song* – Ривер Сонг, *Rose Tyler* – Роуз Тайлер, *Sally Sparrow* – Салли Спэрроу). Встречается также транскрипция в сочетании с калькированием (*The Face of Boe* – лицо Бо, *A human Dalek* – Человеко-далек). Наличие у имен вымышленных персонажей мотивировочной основы помогает глубже погрузить зрителя в действие на экране.

Например, в случае с именем *Astrid Peth* проводится параллель с *astrum* – лат. звезда. Имя *Adelaide Brooke* созвучно с английским *brook* ‘ручей’, что является его мотивировочной основой, т.к. на протяжении всего эпизода герои спасаются от потока воды, который в итоге проникает к ним в виде маленькой струи, ручейка. Когда выясняется, что настоящее имя *River Song* – это *Melody Pond* (Мелоди Понд) (*melody* англ. ‘мелодия, музыка’, *pond* англ. ‘пруд’), зритель догадывается, кем оказалась эта героиня, ведь в обоих именах сохраняется одна мотивировочная основа. В имени *Professor Yana* (профессор Яна) *YANA* – аббревиатура для *You Are Not Alone* (ты не один), что позже раскрывается в сериале как намек Доктору на то, что он – не последний из своей расы, остался еще один. При переводе мотивировка может быть утрачена. При использовании транскрипции зритель может не понять игру слов, скрывающуюся за именем. Встречались варианты передачи имен персонажей описательно, например, *Raggedy man* – Доктор в лохмотьях, *The girl who waited* – девочка, которая ждала, *The Lone Centurion* – Одинокий Центурион, *The impossible girl* – Невозможная девчонка. При их переводе были применены различные стратегии, например, в словосочетании *Raggedy man* было использовано частичное калькирование (*Raggedy* – в лохмотьях) и лексико-семантическая замена, а именно конкретизация (*Man* переведено как Доктор). В словосочетаниях *The girl who waited*, *The Lone Centurion* было использовано калькирование, а в случае с *The impossible girl* применено калькирование с передачей эмоциональной окраски.

Таким образом, при переводе имен персонажей сериала «Доктор Кто» наиболее часто использовалась транскрипция, иногда – полное или частичное калькирование с учетом национально-языковой специфики имени и принципа благозвучия.

А. Робилко

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СПЕЦИАЛЬНОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ЛЕКСИКИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ КИНОДИСКУРСЕ

В настоящее время кино и телевидение оказывают большое воздействие на зрительскую аудиторию, являясь источником многих цитат, аллюзий и упоминаний, функционирующих в речи среднестатистического носителя любой культуры. Кинодискурс представляет собой один из типов дискурса. С позиции современных подходов дискурс рассматривается как важнейшая форма повседневной жизни человека и определяется как сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста.

Цель данного исследования заключается в выявлении лексико-семантических особенностей и специфики перевода американского сериала «Доктор Хаус».

Медицинский дискурс относится к специальной литературе и включает тексты историй болезней, протоколов операций и диагностических исследований, рецептов лекарств и т.п. В данной работе мы исследуем медицинскую лексику в синтезе письменной и устной формы речи. Это связано с тем, что изначально сериал представлен в виде письменного произведения, или сценария. Сценарий подразумевает дальнейшее устное воплощение текста на экране. Задача переводчика усложняется тем, что помимо непосредственно перевода терминов ему необходимо выбирать те единицы, которые по длине звучания совпадают с оригиналом.

Материалом для исследования послужил оригинал американского сериала «Доктор Хаус» и один из вариантов его перевода. Главной лексической особенностью сериала является широкое использование специальной лексики наряду с общеупотребительной, что может быть обосновано необходимостью создания художественного образа героев сериала и портрета профессии.

Основную сложность в переводе медицинской лексики составляют: обилие синонимов, наличие большого количества аббревиатур и профессионализмов. В результате анализа материала были выделены следующие основные способы перевода медицинских терминов – словарный перевод, транслитерация и транскрипция, грамматическая замена.

Примеры словарного перевода терминов: *multiple sclerosis* – *рассеянный склероз*, *rubella* – *краснуха*, *SARS* – *атипичная пневмония*, *corpus callosum* – *мозолистое тело*, *gout* – *подагра*, *mad cow* – *коровье бешенство*.

Примерами транслитерации и транскрипции могут выступать: *psitticosis* – *пситтокоз*, *carcinoid* – *карциноид*, *antibiotics* – *антибиотики*, *pesticide* – *пестицид*, *Wernicke's encephalopathy* – *энсалафопотия Вернике*, *infarction* – *инфаркт*.

Примеры грамматической замены: *abdominal pain* – *боль в животе*, *Cardiac scarring* – *рубцы на сердце*, *clotting studies* – *коагулограмма*, *to inject through a lumbar puncture* – *вводить эндолюмбально*, *to contract* – *обструкция*, *double vision* – *двоение в глазах*.

Ю. Романова

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ И ПЕРЕВОД КОНЦЕПТА «РОДИНА» В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

В результате взаимодействия человека с миром складывается его представление о мире, формируется определенная модель – языковая картина мира, которая соответствует каждому естественному языку. Концепт – основная единица языковой картины мира.

Ключевыми концептами культуры называют главные единицы картины мира, обладающие значимостью как для отдельной личности, так и для лингвокультурного сообщества в целом. В аспекте межкультурной коммуникации особый интерес представляет сопоставление значимых единиц картины мира

в различных языках, что дает возможность выявить универсальное и национально-специфическое в языковых картинах мира абсолютно разных культур (в нашем случае русской и английской).

Концепт «родина» представляет собой важнейший компонент национальной языковой картины мира любой культуры, так как в нем выявляется отношение человека и общества к пространству его постоянного проживания, а также ко многим историко-культурным событиям и явлениям, имеющим место на данной территории.

В понятийном измерении в основу изучаемого лингвокультурного образования заложена формулировка: «Родина – это место, где я родился (вырос)» (в русской лингвокультуре) и “the country of one’s birth” (в английской). В ценностном измерении самыми яркими являются чувства ответственности, желания уберечь родину, стремление представить ее с лучшей стороны. Эти характеристики концепта «родина» совпадают в исследуемых лингвокультурах. В этимологическом измерении в русской лингвокультуре важен славянский корень *rod*, в английской – *country*.

В осмыслении концепта «родина» носителями русского и английского языков есть как сходства, так и различия, что объясняется уникальностью каждой культуры, в частности, русской и английской. Но на уровне перевода наблюдается полный перевод, в котором сохраняются все элементы, формирующие данный концепт.

А. Рубанова

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК В РЕЧИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПОЛИТИКОВ

Политический дискурс нацелен на решение конкретных коммуникативных задач: убеждение и воздействие или контроль над адресатом. Речевые стратегии представляют собой намеренное воздействие на публику, а речевые тактики являются инструментом для реализации данных стратегий.

Данное исследование проведено на примере выступлений современных англоязычных политических лидеров Великобритании, Канады и США – Джереми Корбина, Джастина Трюдо и Дональда Трампа. На основе текста оригинала и текста перевода данных речей было выявлено следующее.

Современные англоговорящие политики используют различные речевые стратегии: стратегия самопрезентации, стратегия дискредитации и нападения, манипулятивная стратегия, стратегия самозащиты и многие другие. Первые три наиболее частотны.

Каждая стратегия репрезентируется на нескольких языковых уровнях. Например, одним из ключевых средств осуществления стратегии самопрезентации на лексическом уровне является практически постоянное использование местоимения *we* – *мы*. В своем выступлении Дж. Корбин говорит: *We’re young, we’re old, we’re black, we’re white, we’re straight, we’re gay, we’re women, we’re men, we’re people of all faiths and none, from the North and from the South.*

Манипулятивная стратегия чаще всего представлена тактикой гиперболизации, которая репрезентирована превосходной степенью прилагательных и оценочными прилагательными с положительной семантикой. Например, *Today we are launching **the most ambitious and radical** campaign our country has ever seen to bring **real** change to our country.*

Для реализации всех стратегий на синтаксическом уровне используются побудительные и вопросительные предложения (восклицания и риторические вопросы): *And the big question of this election is: **whose side are you on?***

Важную роль в реализации стратегий на грамматическом уровне играет повелительное наклонение, эмфатические конструкции, инверсия и т.д.

Выбор языковых средств влияет на создание имиджа политика. Например, Дональд Трамп, являясь эмоциональным человеком, не стесняется в выражениях и достаточно резок в своих высказываниях, но именно этот факт делает его ближе к народу и имеет такой резонанс в обществе. Трамп часто использует оценочную и экспрессивную лексику, воздействует на эмоции адресата, тем самым подталкивая его к определенной интерпретации информации. В свою очередь, Дж. Трюдо употребляет нейтральную лексику, чтобы придать высказыванию объективность и создать «классический» имидж.

Таким образом, современные англоговорящие политики используют большой арсенал языковых средств для достижения своих политических целей и создания своего политического имиджа.

Е. Рулькевич

СУБТИТРОВАНИЕ КАК СПОСОБ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА

Термин *субтитр* состоит из двух морфем: приставки *суб* (от лат. *sub*), обозначающей «расположение внизу под чем-либо», и корня *титр* (от фр. *titre*), обозначающего «вступительную надпись или пояснительный текст в кинофильме». Предшественниками субтитров были титры, в том числе интертитры – разновидность титров, отдельные кадры пояснительных текстов, комментирующих события или реплики героев. Интертитры широко использовались в немом кино, а в звуковом кино сохранились преимущественно заглавные и заключительные титры.

Перевод кинофильмов с помощью субтитров используется на международных кинофестивалях, в прокате, а также в образовательных целях. Особенно популярен такой способ перевода в некоторых европейских странах ввиду различных факторов, например, наличие нескольких государственных языков и небольших производственных затрат в сравнении с дубляжом.

Реципиенты аудиовизуальных материалов одновременно являются зрителями, слушателями и читателями. Они практически не могут повлиять на скорость поступления сенсорной информации по разным каналам, вынуждены обрабатывать ее в навязанном им темпе, подстраивая под это стратегию семантического синтеза. Информация обрабатывается сразу на нескольких

уровнях декодирования. Чаще всего деятельность по восприятию аудиовизуального произведения осуществляется в полуавтоматическом режиме непрерывного семантического синтеза.

Сегодня специалисты в области аудиовизуального перевода работают над обеспечением цифровой доступности аудиовизуальных произведений для аудиторий с особыми когнитивными потребностями. Речь идет о слабослышащих и слабовидящих людях. Для них требуется создание особого рода субтитров и звуковых описаний видеоряда фильмов и сериалов.

Существует несколько классификаций перевода аудиовизуального произведения. А. В. Козуляев предлагает классификацию, которая включает в себя техники для перевода аудиовизуального текста в общем:

- перевод для закадрового озвучивания (voice-over);
- перевод для двухмерного субтитрования;
- перевод для дублирования (художественные и анимационные фильмы);
- перевод под полный дубляж (lip-synс);
- перевод для трехмерного субтитрования (ссылка).

Самыми распространенными из этих техник стали дублирование и субтитрование. В. Е. Горшкова объясняет это влиянием различных факторов: социально-экономических, культурных, политических и идеологических. Например, в Испании в эпоху режима Франко в кинематографе допускалось использование только официального государственного языка.

А. Самцевич

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПОЭЗИИ И. А. БРОДСКОГО

Материалом исследования послужили стихотворения И. А. Бродского (1940–1996) «Не выходи из комнаты, не совершай ошибку...», «The Song» и их переводы, а также поэтическое произведение «То не Муза воды набирает в рот...» и его автоперевод на английский под заголовком «Folk tune».

При исследовании переводов произведений И. А. Бродского, выполненных другими переводчиками, было выявлено, что каждый переводчик переделывает стихотворение под себя и остается связанным с оригиналами лишь общими фактами. Все переводчики применяют различные переводческие приемы, однако при этом зачастую жертвуют передачей смысла ради сохранения рифмы и звучания. Например, оригинальное *The handkerchief could be yours, the tear could be mine* было переведено как *Пусть твой платок потихоньку слезою моей набрякнет*. При переводе добавляются некоторые фрагменты, которые либо не влияют, либо несущественно влияют на оригинальную семантику. Например, перевод строчки *Не выходи из комнаты, не совершай ошибку* был выполнен следующим образом: *Don't leave the room, don't blunder, do not go on* с добавлением фрагмента, который служит лишь для сохранения формы стиха и несущественно влияет на суть. В некоторых местах переводчики выносят подтекст в текст, например, *войдет живая*

милка, *пасть разевая* из оригинала переведено *your dear, delight expressing, walks inside*, что было сделано для правильного восприятия иностранного читателя, однако при этом переводчик частично упустил задумку автора.

У каждого переводчика прослеживается собственный стиль и подход к переводу произведений. В нескольких местах наблюдается кардинальное расхождение перевода с оригиналом, которое может происходить по следующим причинам: индивидуальное восприятие переводчиком текста оригинала, отсутствие эквивалентов в языке перевода, сбой на коммуникативном уровне (например, когда Бродский придумал слово для того, чтобы выдержать рифму, было добавлено несуществующее слово *chin-bound* для рифмы со следующей строчкой *bound-round*).

Сам И. А. Бродский при переводе своего произведения на иностранный язык ставит сохранение общей эмоционально-эстетической ценности выше передачи формальных и даже содержательных характеристик оригинала. К примеру, фразу *крепкий сон молодца берет* Бродский передает *it's high time for lad's last nap*, что подразумевает под собой последний сон. Однако в целом автоперевод отличается высокой лингвистической точностью, соответствует стилистическим средствам оригинала и сохраняет эмоциональную и оценочную коннотацию. Говоря о построении стихотворений автора, можно отметить строй «лесенкой», который появлялся зачастую благодаря любимому приему поэта – переносам.

Е. Свистунова

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ КОМИЧЕСКОГО В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПРОИЗВЕДЕНИИ НА КОНТЕКСТУАЛЬНОМ УРОВНЕ

На уровне текста выделяют такие средства создания комического, как смешение стилей; сочетание низкого и высокого, «обыденного и специального»; использование грубо-просторечных слов и эвфемизмов; обыгрывание штампов; использование иноязычных слов и вкраплений; цитацию и аллюзию; пародию.

В романе «Фамильная честь Вустеров» П. Г. Вудхауз прибегает к смешению стилей, которое проявляется в использовании в пределах одного контекста слов, принадлежащих к разным функциональным стилям. Самым ярким примером реализации данного средства комического в романе является столкновение манеры речи камердинера Дживса, для которой характерна формальность и принадлежность к официально-деловому стилю, и его хозяйина Берти Вустера, которая принадлежит к разговорному стилю:

1. “*Jeeves, I said, ‘this nuisance must now cease’.*”

“*Travel is highly educational, sir.*”

2. “*You agree with me, Jeeves, that the situation is a lulu?*”

“*Cerntainly a somewhat sharp crisis in your affairs would appear to have been precipitated, sir.*”

С абсурдом связан прием преувеличения. На его основе выделяют гиперболу, карикатуру, гротеск, который создает контраст нереального и действительного, и его результатом зачастую являются абсолютно уродливые образы, например, зубы мистера Каркера в произведении «Домби и сын» Ч. Диккенса. Карикатура выступает в достаточно провокационной роли, так как высмеивает не только отдельного человека, но и черты национального характера, религию, идеологию, науку и общественные порядки, например, образ Мистера Чедбанда из «Холодного дома» Ч. Диккенса.

Аллюзия может быть к любому произведению, историческому, политическому или мифологическому факту и зачастую обыгрывает прием столкновения «низкого» и «высокого» (несоответствие между формой и содержанием: «низкое» содержание и «высокий» (часто библейский) стиль, или наоборот), создавая при этом комический эффект: *emerge from the ditch like Venus rising from the foam*.

Штампы также обыгрываются иронически или же пародируют штампы определенных социальных групп: *It wasn't a dark and stormy night*.

Профессионализмы и жаргонизмы зачастую обладают иронической окраской и также используются для достижения комического эффекта, появляющегося в результате игры слов: *brain bucket* 'мозговарка или ведро для мозгов' для обозначения шлема у горных велосипедистов; *bogotify* 'дезорганизовать программу' на компьютерном жаргоне и *Bogota* имя героя, который хочет перевернуть королевство.

К. Семилетова

СТРАТЕГИЯ ПЕРЕВОДА КИНО/ВИДЕОПРОДУКЦИИ (на примере студии Marvel)

Несмотря на то, что кино/видеоперевод становится более востребованным, переводчики все чаще сталкиваются с проблемами донесения смысла до зрителя, создают разнящиеся между собой варианты переводных текстов одного и того же текста оригинала, используя стратегии культурной адаптации, прагматической адаптации или обеспечения синхронизации. Рассмотрим подробнее данные стратегии, сравнив оригинальный текст и текст перевода фильма «Тор: Рагнарёк».

Прием культурной адаптации можно заметить при сравнении реплик *Right* 'А, да', *Hold on* 'Эй, стой'.

Данный перевод является семантически равным оригиналу, однако использование междометий делает его более экспрессивным.

Целью приема прагматической адаптации является то, что при его использовании осуществляется прагматическое воздействие на адресата: *Then why do you dress like one?* 'Да брось, тебе бы метлу между ног'.

В данном примере Тор высмеивает одежду Локи. В то же время переводчик, учитывая такой контекст, передает его, проводя параллель с метлой ведьмы.

Для достижения синхронизации переводчики используют различные приемы: грамматической замены, генерализации, антонимического перевода и т.д.

Рассмотрим примеры использования некоторых из них.

All will suffer, all will burn ‘Все погибнут, всё сгорит’. В примере осуществляется грамматическая замена будущего времени на прошедшее.

I cannot die. Not until I fulfill my destiny and lay waste to your home ‘Я бессмертен, покуда не исполню предначертания и не покончу с Асгардом’.

В данном случае переводчиком были использованы приемы антонимического перевода и конкретизации, которые помогли в достижении совпадения артикуляции.

Таким образом, в процессе перевода кино/видеопродукции студии Marvel были использованы все вышеперечисленные стратегии, которые помогли сохранить адекватность перевода данного фильма.

В. Семутина

ДЕНОТАТИВНЫЕ СТРУКТУРЫ С АНГЛИЙСКИМИ ГЛАГОЛАМИ В КОНТЕКСТЕ ПЕРЕВОДА

Процесс перевода осуществляется в результате совершения переводчиком последовательных действий и включает этап анализа и синтеза. На первом этапе перевода необходимо провести анализ информации, которая подлежит дальнейшей обработке, соответственно, выполнить анализ денотативной структуры предложения. Так, после проведения анализа предложений с группой английских глаголов *to offer, to propose, to suggest* можно выделить компоненты, присутствующие в тех или иных смоделированных ситуациях: объект, субъект, адресат, а также целевой компонент и характеристизатор образа действия:

They had offered Doris Whitney enough money so that she could have lived well for the rest of her life but she had stubbornly refused to sell ‘Они предложили Дорис Уитни достаточно денег, чтобы она смогла прожить остаток своей жизни ни в чем не нуждаясь, однако она все равно упрямо отказывалась от продажи’.

“I haven't been doing anything remarkable. What would you like to know?” I offered lightly, trying to dispel the tension ‘Я не делаю ничего примечательного. Что бы тебе хотелось знать? – спросила я, стараясь разрядить обстановку’.

Денотат предложения предназначен для отражения внеязыковой действительности, в то время как сигнификативная структура имеет цель оформления денотативной структуры и передачи информации о ней. Например, исходным компонентом в ситуациях с глаголами *to offer, to propose, to suggest* является инициатор события – субъект, объект в данных ситуациях – неодушевленный предмет, на который переходит действие смыслового глагола, адресат – одушевленный, либо неодушевленный предмет, на

который направлено действие глагола, однако он должен, как и субъект, обладать интеллектом, чтобы быть способным к анализу полученной информации и, как следствие, принять или не принять определенный предмет, согласиться или не согласиться с предложенным ему действием: *The city offered freedom; its price was lack of supports.*

При переводе предложения на русский язык мы обращаемся к денотативной структуре, а на поверхностном уровне в одном из вариантов перевода используем безличное предложение, делая из подлежащего обстоятельство места: 'В городе можно было обрести свободу, однако ценой была потеря всяческой поддержки'.

Оперируя сведениями о денотатах на этапе анализа коммуникативной ситуации и цели перевода, специалист перевода сталкивается с задачей, заключающейся в выполнении ряда таких действий, как выбор переводческой стратегии и тактик, проведение переводческих операций, совершающихся в несколько этапов. В этой связи обращение к денотативному аспекту помогает специалисту обратить внимание на структурированный ряд особенностей и моментов, в которых выбор варианта перевода невозможен без обращения к ситуации, представляемой денотатами.

А. Сенгаева

ВОЕННАЯ МЕТАФОРА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ

Наиболее частотным видом концептуальной военной метафоры в современном англоязычном медиадискурсе является фрейм «военные события»: *battle, battleground, army, soldiers, win a battle, lose a battle.*

Приведенная ниже стертая метафора частотна в русской и английской лингвокультурах благодаря усилению негативной оценки в результате слияния двух негативных сфер («война» + «преступление»):

The atmosphere has worsened since the UN's secretary-general, Ban Ki-moon, decided in March to appoint a panel of experts to look into alleged war crimes 'Атмосфера ухудшилась с тех пор, как генеральный секретарь ООН, Бен Кимун, решил в марте назначить группу экспертов, чтобы изучить предполагаемые **военные преступления**'.

Активное метафорическое употребление военной лексики встречается чаще всего в газетных материалах, посвященных социально-политическим вопросам экономического характера:

The fight against corruption has been intensified in Ingushetia 'В Ингушетии активизирована **борьба с коррупцией**'.

A global fight against coronavirus 'Глобальная **борьба с коронавирусом**'

Через военную метафору осмысляются и многие другие понятия, по своей природе далекие от агрессивности, например, образование:

USE (Unified State Examination) attacks at a rapid pace 'ЕГЭ **наступает** быстрыми темпами'.

В современных англоязычных текстах СМИ авторы часто используют военную метафору при описании борьбы человечества с коронавирусной инфекцией. В следующих метафорических высказываниях медицинские работники предстают участниками военных действий:

*To speed up **the augmentation** of medical personnel; They[health authorities] **recruited teams** with members ranging from medical students to firefighters* ‘Чтобы быстро **мобилизовать** медицинский персонал, они [органы здравоохранения] **набирали подразделения** из студентов-медиков и пожарных’.

*It was a **fight** in which each and every citizen was “**directly enlisted**”* ‘Это была **битва**, для участия в которой «вербовали» всех подряд’.

В приведенных метафорических единицах речь идет об оперативной мобилизации медицинского персонала (*augmentation*). Немаловажная роль отводится не только специалистам, но и «всем подряд» (*directly enlisted*), чтобы устранить нехватку рук в больницах.

А. Сенькевич

ПОЛИТИЧЕСКИ КОРРЕКТНАЯ ЛЕКСИКА В АМЕРИКАНСКОМ КИНЕМАТОГРАФЕ: ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Политкорректная лексика – это лингвистическая форма проявления толерантности, которая призвана заменить оскорбительные для определенного человека или группы людей слова более приемлемыми.

Политкорректные единицы постоянно преобразовываются и заменяются новыми, более нейтральными синонимами. Это происходит исходя из исторического, политического и социального контекстов. И хотя этот феномен существует в русскоязычном пространстве достаточно долго, чтобы занимать важную часть в языке, все же в отличие от запада в целом и США в частности, в русском языке это не переросло в идеологию. Этот факт является причиной возникновения трудностей при переводе данной лексики с английского языка на русский.

*There is one big thing that annoys me the most ... my **sexuality**. I hate myself for a lot of this. I do not know if you support **same-sex marriage** since you are a Mormon. – Но больше всего меня раздражает моя **ориентация**. Я ненавижу себя за это. Не знаю, поддерживаешь ли ты **однополое браки**, ведь ты мормон, если нет, то ничего, я тебя уважаю.*

However you wanna express yourself – gay or lesbian or transgender or genderqueer – you are beautiful. – Если вы хотите выразить себя – геи или лесбиянки или трансгендеры или гендерверы – вы прекрасны. (Слова *gay* и *lesbian* являются смесью транскрипции и транслитерация. *Transgender* – пример транслитерации. *Genderqueer* переведено неправильно, правильный вариант – *гендерквир*.)

В ходе исследования было установлено, что при переводе политкорректной терминологии с английского языка на русский используются следующие способы перевода: заимствование данной лексики путем транскрибирования и транслитерирования; поиск эквивалентов в русском языке; описательный перевод.

Также стало очевидно, что использование политкорректной лексики в кино не является популярной тенденцией. Только в фильмах последних лет можно встретить некоторые примеры политически корректной терминологии.

В. Симонова

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Перевод играет важную роль в нашей жизни, а с развитием техники и научно-технической информации значение перевода значительно возросло. В период глобального развития компьютерных технологий актуальность исследований способов перевода терминов в области информационных технологий не вызывает сомнения.

Термины – это слова (или сочетания слов), являющиеся точным обозначением определенного понятия какой-либо специальной области науки, техники, искусства, общественной жизни и т.п.

Проблема выполнения переводов в области информационных технологий заключается в том, что профессиональным лингвистам, имеющим лишь гуманитарное образование, часто не хватает знаний в предметной области. Перевод в области информационных технологий имеет некоторые особенности, а именно: многозначность английских слов; наличие в текстах аббревиатур и сокращений, которые могут вызвать сложности трактовки даже у технических специалистов, а также наличие огромного числа новых слов, которые еще не внесены официально в словари.

Приемы перевода, которые может использовать переводчик при работе с терминами и текстами из сферы информационных технологий, делятся на три группы.

Первая группа – это лексические трансформации, куда относятся: транскрипция (напр., *hashtag* ‘хэштег’), транслитерация (*spam* ‘спам’), калькирование (*installable client driver* ‘устанавливаемый клиентский драйвер’), лексико-семантические замены (конкретизация (*client-server application* ‘приложения с архитектурой клиент-сервер’), генерализация (*closed-source operating system* ‘закрытая операционная система’), модуляция (*improved efficiency* ‘повышенный коэффициент полезного действия’).

Вторая группа – это грамматические трансформации, а именно: синтаксическое уподобление (дословный перевод), членение предложения, объединение предложений, грамматические замены (замена формы, замена части речи, замена члена предложения).

Третья группа – это лексико-грамматические трансформации, куда мы относим антонимический перевод, описательный перевод и компенсацию.

Таким образом, какой бы из вышеперечисленных способов не был выбран переводчиком, главной задачей является адекватная передача предметно-логического значения термина.

Д. Скипор

ИНТЕНЦИИ ЗАГЛАВИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ

Заглавие – это один из важнейших компонентов текста. Хотя заглавие само по себе и находится вне основной части текста, оно занимает сильную и чуть ли не важнейшую позицию в нем. Это то, с чего начинается знакомство с текстом. Оно активизирует восприятие читателя и направляет его внимание к тому, что будет изложено далее. Его можно рассматривать как нераскрытое содержание текста, которое вводит читателя в мир произведения.

Согласно классификации Л. М. Кольцовой можно выделить следующие типы заглавий: 1) *логико-смысловые*, ориентированные на выражение квинт-эссенции содержания; 2) *образно-эмоциональные*, коррелирующие с наиболее выразительной стороной произведения; 3) *демонстративно-экспламационные*, рассчитанные на непосредственное воздействие, возбуждение интереса.

Заглавие художественного произведения играет важную роль в содержательной структуре произведения, часто приобретает композиционное значение и может выполнять различные функции: *номинативную, символизирующую, оценочную, рекламную, информативную и ретроспективную*.

Интенция же, по своему определению, является авторским замыслом, его намерением, тем, что он хочет выразить. И именно через заглавие читатель может понять интенцию писателя лучше всего, ведь заглавие – это первый ключевой знак авторского присутствия в произведении.

При переводе заглавий иностранных произведений переводчик использует различные переводческие трансформации. Это технические приемы перевода, состоящие в замене регулярных соответствий нерегулярными (контекстуальными), а также сами языковые выражения, получаемые в результате применения таких приемов. Согласно классификации Л. С. Бархударова к основным типам трансформации принято относить *перестановки, добавления, опущения и замены*.

При переводе английских заглавий книг на русский язык необходимо учитывать ряд особенностей, а также все возможные замены и трансформации, возникающие при передаче смысла заглавия с одного языка на другой. Переводчик обязан учесть все нюансы языков, сопоставить их похожесть и различие. Удачного перевода можно достичь лишь в том случае, когда переводчик передает содержание не только самого заглавия, но и всего текста. Но при этом нельзя забывать, что автор и переводчик говорят на разных язы-

ках, в разных культурах и иногда о разных исторических реалиях, поэтому абсолютного соответствия между оригиналом и переводным произведением достичь невозможно. Перевод заглавия – один из простейших, но в то же время и сложнейших видов переводов, т.к. необходимо учитывать всю специфику языка, передавая не только информацию, но и вложенное значение.

П. Снегурская

СПОСОБЫ И ПРИЕМЫ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПЕРЕВОДА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ (на материале музыкальных произведений)

Перевод поэтического текста – это литературный процесс, суть которого заключается не только в том, чтобы грамотно и наиболее полно передать смысл, но также сохранить эстетическую функцию и всю поэтическую организацию произведения. Никакой художественный перевод, в частности, перевод поэзии, не может базироваться на механике: этот процесс требует огромных творческих усилий. Т. А. Казакова отмечает, что «художественный перевод представляет собой инокультурное подобие исходного художественного текста, отвечающее литературно-коммуникативным требованиям и представлениям общества на определенном историческом этапе». Художественный перевод основан на речевом творчестве переводчика и его литературном таланте.

В зависимости от того, как переводчик желает передать информацию, содержащуюся в поэтическом тексте, возможны три разных метода: стихотворный перевод, поэтический и прозаический. Задача переводчика поэзии – сохранить форму, донести смысловые нюансы до читателей, не владеющих языком страны автора и незнакомых с местными легендами, историческими событиями, описанными в произведении, национальными героями и т.д. При этом важно обеспечить легкую читаемость перевода, производимое от текста впечатление. Сложность поэтического перевода состоит в различии языковых (лексических и грамматических) особенностей между текстами оригинала и перевода, необходимости просодии и глубокой модификации звуковых рядов, поэтому в поэтических переводах постоянно встречаются авторские интерпретации, а буквальные смысловые переложения в этой сфере являются редкостью.

Перевод песен, будучи одной из самых трудных областей переводоведения, требует особых критериев и принципов. Ритм является основой организации поэтического текста и его формальной характеристикой, он делает возможным создание текста, емкого по смыслу и лаконичного по форме, способного выразить максимум смысла в минимуме формы. Что касается рифмы, с окончанием романтизма в английской поэзии она отступает в прошлое и принимает роль «декорации». Соответственно, в задачи поэтического перевода песен среди большинства современных английских и американских

переводчиков не входит передача рифмы. Во время перевода англоязычных песен нельзя обойтись без потерь. Переводчик часто использует трансформации, чтобы передать не только главную мысль и идею англоязычного текста, но и сохранить все те композиционные особенности, которые присущи данному виду текста.

Е. Соловьёва

ПЕРЕВОД-ТРАНСПОЗИЦИЯ ЛИТЕРАТУРНОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ (на материале романа Ш. Бронте «Джейн Эйр»)

Как известно, иногда передача смысла оригинала художественного произведения предполагает трансформацию исходного текста путем переноса из определенного жанра или стиля в другой жанр или стиль. В таком случае переводчик прибегает к использованию перевода-транспозиции.

В рамках нашего исследования нами были проанализированы классическое произведение английской писательницы Ш. Бронте «Джейн Эйр» и сценарий одноименного мюзикла, поставленного на основе данного произведения.

В результате было выявлено, что модернизация, представленная в виде перевода-транспозиции, реализуется в двух направлениях. Первое – изменение культурного компонента (ввиду необходимости адаптировать текст к интересам представителей иного лингвокультурного сообщества), второе – изменение языкового компонента (при необходимости сохранения художественного характера и ценности произведения). Одним из примеров адаптации культурного компонента является фраза *trust in God and yourself. Believe in heaven*. Если переводить дословно, то получается ‘верьте в Господа и в себя. Верьте в небеса’. Но в спектакле при переводе было применено целостное преобразование, и в итоге получилось ‘покоритесь своей судьбе’. Смысл фразы полностью изменился. Если в первом случае главная героиня просит верить и не терять надежду, то во втором случае она говорит, что изменить ничего нельзя и единственный вариант – принять как есть, т.е. покориться. Данный прием называется модификацией.

Что касается адаптации языкового компонента, то здесь также была применена модификация. В качестве примера можно привести фразу *That is one of my paintings*, которая в спектакле переведена с помощью местоимения *это*: ‘Вот эта картина’. Заменив конструкцию *one of* на указательное местоимение *это*, режиссёр позволяет зрителю решить самому, действительно ли главная героиня прекрасная художница и имеет уже большой опыт за плечами, несмотря на свой молодой возраст, или же она просто поддалась влиянию момента и нарисовала картину. В оригинале Ш. Бронте четко дает понять, что рисование – это одно из хобби Джейн.

Кроме того, нами было выявлено использование такого приема, как сохранение культурных и языковых компонентов текста в процессе перевода.

Например, главные герои использовали в спектакле несколько слов на французском языке. Еще одним примером является фраза *influx of visitors*, которая была переведена как 'наплыв гостей'.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что в процессе создания мюзикла на основе оригинального классического произведения был использован такой прием, как модификация культурных и языковых компонентов, а также наблюдалось сохранение этих компонентов.

А. Станкевич

СТРАТЕГИИ ЛОКАЛИЗАЦИИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АНИМАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ ДЛЯ РУССКОГОВОРЯЩЕЙ АУДИТОРИИ

Локализация как переводческая стратегия предполагает адаптацию переводного текста к особенностям определенной страны, региона или группы населения. В рамках данного доклада мы рассмотрим частные приемы локализации англоязычных мультфильмов для русскоязычной аудитории на материале 10 анимационных фильмов производства студии «Disney» и «DreamWorks Animation».

Характерными особенностями исследуемого материала, влияющими на его перевод, являются: 1) технические – требование соответствия текста перевода при его укладке с движением рта героев, 2) культурологические – отсылки на поп-культурные явления, смешанная целевая аудитория, 3) лингвистические – наличие безэквивалентной лексики, имен собственных, идиоматических выражений, диалектизмов, терминов.

В фокусе нашего анализа находятся пути преодоления указанных лингвистических трудностей. Наиболее частотной из применяемых переводчиками стратегий в данном отношении является стратегия **культурной адаптации**. Примерами могут служить: *The bush shaped like **Shirley Bassey!*** – *А вот и куст похожий на **Фрекен Бок!*** (поскольку образ британской певицы *Ширли Бэсси* не является популярным для русскоязычной аудитории, он заменен на более узнаваемый по внешним очертаниям – домоправительницы *Фрекен Бок*); *I brought back **parsnips***. – *Я принесла **морковки*** (замена названия растения *пастернак* на *морковь* как более приемлемое на слух); *I think I was 8, or maybe 9, and all I wanted to do was join the Junior **Scouts***. – *Мне было 8 или 9, и я мечтал, как вступлю в клуб юных **следопытов*** (вместо не очень популярного среди русскоязычной аудитории названия *Скауты* использована единица *следопыты* с более прозрачной внутренней формой); *Turn your head and cough. Does anyone know the **Heimlich?*** – *Попарь ноги, выпей чаю с малиной, поставь **горчичник*** (поскольку выражение *Манёвр Геймлиха* – быстрая и эффективная манипуляция, относящаяся к первой помощи, – не является общеизвестной для русскоязычной аудитории, ее заменили на более привычные *парить ноги, пить чай с малиной, ставить горчичники*).

Другими, менее частотными стратегиями локализации исследуемых мультфильмов являются **функциональные замены**: *Limerick – Частушка*; использование **аналогичных идиом со сходным значением**: *We wear our fear right out there on our sleeves. – Наши страхи написаны у нас на лбу*; **перефразирование**: *What are you getting? Because to me, it's part man smell and the other part is really bad man smell. – Ну что скажешь? Тут доминирует запах пота с нотками запаха старых носков*; **лексические замены**: *You got that kind of I-don't-care-what-nobody-thinks-of-me thing. – Ты типичный пофигист*; **опущения**: *I'll see y'all Sunday for a barbecue. – Так что встретимся в воскресенье.*

И. Старикович

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КНИГИ БЫТИЯ (ГЛ. 1 И ГЛ. 2) ПЯТИКНИЖИЯ МОИСЕЕВА (1895)

Целью данной работы является реконструкция, анализ и сравнение переводов Библии, изданной в 1895 г. в Вене, Библии короля Якова (1611) и Радзивилловской (Брестской) Библии (1563), а также семейного Евангелия от Иоанна, изданного на старославянском языке в XVIII веке.

Первым вопросом, который волнует исследователей библейских текстов, это язык оригинала. В IX веке славяне получили письменность из Византии, поэтому для славянских церквей переводы делались с греческих оригиналов. Позднее эта работа получила продолжение в Болгарии и Сербии, однако в Чехии служебное богослужение было вытеснено латинским. Особое место в переводческом наследии священных текстов занимают переводы с еврейских оригиналов. Наиболее употребительное название Св. Писания – Танах, представляющее аббревиатуру из начальных букв трех слов – Тора, Невиим, Кетувим. Тексты еврейских рукописей очень стабильны (их более 1300), так как все они восходят к одному оригиналу.

Название Септугванта (лат. Septuaginta или сокращенно «LXX») связано с количеством переводчиков, которые трудились над переводом греческой версии Ветхого Завета. Текст переводился 72 переводчиками – по шести от каждого из 12 колен Израиля. Ученые полагают, что евреи говорили на своем, особом диалекте греческого – иудео-греческом, подобно тому, как поздние евреи говорили на идише, ладино или иудео-арабском. Поскольку ранние христиане читали Танах в греческом переводе, вся их религиозная терминология заимствована оттуда. Для иудеев священным считался лишь еврейский текст, а его переводы не рассматривались как сакральные.

В работе проводится текстолингвистический анализ гл.1 и гл.2 книги Бытия, являющейся семейной реликвией. Представленные в виде диглотты (на древнееврейском и старорусском дореволюционном языках), первые главы «Бытия» называются «Шестодневом» и представляют собой рассказ о творении Богом мира за шесть дней. Логически текст, рассказывающий

о сотворении мира, заканчивается не первой главой. Из контекста ясно, что для Моисея рассказ о Субботе – завершение Шестоднева, который заканчивается 3-м стихом 2-й главы. Далее снова говорится о сотворении мира, однако в тексте Бог теперь предстает Господом Богом.

Таким образом, в Субботу Бог перестает творить из абсолютного небытия и теперь он становится Господом Богом, миссия которого – охранять созданную им Вселенную и помогать человеку выжить в этом мире. Седьмой день Библии – это временная точка отсчета, когда начинает творить не Бог, а человек. Господь Бог же с этого момента предстает его помощником. Текстолингвистический анализ вышеуказанных глав книги Бытия Ветхого Завета короля Иакова (1611) и Радзивилловской Библии (1563) дал основание полагать, что переводчики и редакторы Библии в разные временные отрезки четко реконструировали филологические особенности перевода Библии.

М. Старовойтова

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Разнообразие, информативность и эмотивность текстов туристического дискурса, а также особенности их перевода представляют большой интерес для исследования, поскольку туризм является одной из наиболее динамично развивающихся экономических отраслей современного общества. Туристические тексты сочетают в себе признаки научно-популярного и публицистического стилей. Используемая в этих текстах лексика включает в себя общеупотребительные слова и выражения, а также термины из сфер архитектуры, истории, географии и политики. При переводе туристических текстов переводчику необходимо ориентироваться на потенциального туриста, учитывая его менталитет, национальность, предполагаемые интересы и потребности. Необходимо также обеспечить верную передачу двух видов информации: когнитивной – предполагающей точный перевод сведений о быте, традициях, нравах, а также всех названий и реалий, и оперативной, которая стимулировала бы читателя приобрести ту или иную туристическую услугу. В этой связи туристические тексты должны привлекать внимание туриста, что достигается, в частности, путем использования переводческой стратегии устранения культурно чуждой информации и формы при сохранении эмотивности и экспрессивности текста. В ходе исследования было установлено, что для этого чаще всего применяются следующие переводческие трансформации.

1. Приемы лексического добавления и контекстуальной замены: *El Transcantábrico es una invitación a descubrir la naturaleza, la cultura y también la buena mesa.* – Транскантабрийский поезд – это возможность приблизиться к природе, культуре и хорошей еде. **2. Грамматическая замена:** *Desde las alturas podrás contemplar unas hermosas vistas de la Hoz del río Huécar.* – С высоты открывается прелестный вид на русло реки Уэкар.

3. **Смысловое развитие:** *Esta villa fortificada se caracteriza por sus empinadas cuestras.* – Этот укрепленный город построен на крутых склонах. 4. Прием **перестановки:** *Allí podrás admirar la belleza de las aguas de la isla, transparentes y turquesas, que se debe a la presencia de esta planta.* – Здесь вы сможете полюбоваться красотой прозрачных прибрежных вод острова, обязанных своим бирюзовым цветом этому растению. 5. **Описательный перевод:** *En Mérida no puedes dejar de probar sus buñuelos.* – В Мериде обязательно нужно попробовать жаренные во фритюре шарики из теста – буньюэло. 6. Прием **опущения:** *En casi todas las regiones encontrarás “casas de reposo” con actividades relacionadas con esta práctica.* – Почти в каждом из регионов можно найти «дома отдыха», связанные с этой практикой.

Главной целью использования переводческих трансформаций в работе с туристическими текстами является решение такой прагматической задачи, как побуждение читателя воспользоваться тем или иным турпродуктом или отправиться в путешествие по соответствующему направлению.

Е. Степанова

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ МЕТАФОРИЗИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ В СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

Для анализа из англоязычных финансово-аналитических изданий, таких как Danish Business Authority, Markets Insider, Washington и др., отобрано и рассмотрено 100 единиц англоязычной метафоризированной лексики из сферы экономических санкций. Материал классифицирован в соответствии с принадлежностью конкретным метафорическим моделям, таким как «санкции – это быт», «санкции – это живой организм», «санкции – это спорт», «санкции – это война», «санкции – это строение», «санкции – это природа».

Анализ показал, что наиболее распространенной является модель «санкции – это живой организм», в ее структуру вошло 27 единиц метафоризированной лексики экономических санкций без учета повторов в контекстах. В составе модели было выделено 5 фреймов (процессы организма, болезнь, возраст, действия, чувства).

При метафорическом переосмыслении лексика со значением биологических процессов и их результатов отражает специфику развития и состояния экономики в случае наложения санкций, что можно видеть на примере фрейма «процессы организма». Позитивные изменения метафорически могут быть представлены в виде лексических единиц, выражающих значение выздоровления: *Trump's Sanctions Make **Economic Recovery** in Venezuela Nearly Impossible* 'Санкции Трампа делают восстановление экономики Венесуэлы практически невозможным', в то время как ухудшения поясняются посредством метафор со значением заболевания: *This causes **headache for the economy*** 'Это является причиной экономической головной боли'.

Возраст является детерминантой состояния, в том числе и в области экономических санкций. Так, процессы дезактуализации ассоциируются со старением: *The Korean economy is in great danger of becoming an aging economy* ‘Экономика Кореи находится в большой опасности, становясь стареющей экономикой’, а процессы обновления или же чья-либо неопытность в силу недавнего начала деятельности ассоциируется с молодостью: *The European Central Bank is only in its infancy* ‘Европейский центральный банк находится только на стадии зарождения’.

Фрейм «чувства» содержит метафоры, отражающие негативные эмоциональные последствия влияния на объекты санкций: *Russia is suffering an economic crisis under the weight of plunging oil prices and sanctions from Western countries* ‘Россия переживает экономический кризис из-за падения цен на нефть и санкций со стороны западных стран’; *The markets have been jittery* ‘На рынках стало беспокойно’.

На втором месте по количеству представленной в отобранном материале метафоризированной лексики лидирует группа лексем, относящихся к модели «санкции – это быт», в которой представлено 19 единиц лексики, сгруппированной в соответствии с 3 фреймами (коммуникация, труд, питание).

А. Судиловская

ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ РЕЧИ ПЕРСОНАЖЕЙ КОРЕЙСКИХ СЕРИАЛОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Целью данной работы стало сравнение структуры и компонентов текста в корейском и русском языках. Для анализа отражения грамматических различий единиц в языке оригинала (корейский) и языке перевода (русский) было рассмотрено 200 реплик из корейского телесериала «Потому что это моя первая любовь», состоящего из двух сезонов, в каждом из которых восемь эпизодов.

По ходу анализа были рассмотрены преимущественно грамматические трансформации при переводе. Результаты показали, что по большей части при переводе используется способ перестановки: *사람이 어떻게 텐트에서 살아?* – ‘Как можно жить в палатке?’ (досл. *Человек как в палатке живет?*). Подобная инверсия встречается практически в каждом предложении, так как базовый порядок корейского языка SOV, в то время как порядок русского – SVO.

Второй по частоте трансформацией является членение предложений: *우리는 초등학교 동창인데, 너는?* – ‘Мы с ним в начальную школу ходили. А ты?’ (досл. *Мы в начальную школу ходили, а ты?*); *미안, 처음 타봐서 몰랐어.* – ‘Я впервые в автобусе. Я не знала’ (досл. *Прости, впервые еду так, не знала*). Так как корейский язык сам по себе достаточно богат грамматическими конструкциями, при переводе на русский язык может использоваться такая

трансформация, как опущение, комбинирующееся со смысловым развитием, к примеру: *말안해도알것같은데?* – ‘Я вижу’ (досл. *Хоть и не сказал, я узнала/поняла*).

Таким образом, нами было выявлено, что основными грамматическими трансформациями при переводе реплик в корейском сериале на русский язык являются перестановки, опущения, членение и объединение предложений, а также замены. Это может быть обусловлено различием в структуре двух исследуемых языков, специфическими способами языковой концептуализации мира. Ко всему прочему, немаловажную роль играют особенности тележанра, обусловленные влиянием коммуникативной ситуации на способ перевода реплик.

А. Сыромятникова

ЭВФЕМИЗАЦИЯ ИНАУГУРАЦИОННЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ ПРЕЗИДЕНТОВ США

Процесс эвфемизации является одним из столпов политкорректности, без учета которого сложно представить выступление любого общественно-политического деятеля. Ряд исследователей по праву считают политкорректность неотъемлемым компонентом в достижении успеха при межкультурном общении. Важно отметить, что политкорректность играет роль сдерживающего фактора, предотвращающего вербальную агрессию. Она стремится не просто смягчить истинный смысл происходящего, а защитить притесняемых, в том числе и средствами языка.

Одним из таких средств является эвфемизм, представляющий собой смягченное выражение, употребляемое с целью передачи определения, прямое выражение которого было бы нежелательным среди слушателей. Под эвфемизацией понимается замена одних наименований другими, основанная на оценке и переоценке обществом форм выражения, исходящая из стремления повысить эффективность коммуникации. Основными сферами эвфемизации в американском политическом дискурсе являются экономическая, военная, социальная, а также сфера межэтнических и межнациональных отношений.

Анализ инаугурационных речей президента Барака Обамы показал, что наиболее употребительные типы эвфемизмов в его посланиях относятся к сфере межэтнических и межнациональных отношений (38 %), социальной (33 %), военной (19 %) и экономической (10 %) сферам. В своих выступлениях Барак Обама неоднократно подчеркивал важность обеспечения равными правами граждан США как представителей различных рас и национальностей.

В своем первом официальном выступлении президент Дональд Трамп использовал эвфемизмы экономического (41 %), социального (37 %) характера, из сферы межэтнических и межнациональных отношений (14 %), а также

военной области (8 %). Для него имело первостепенное значение экономическое процветание страны. Вместе с тем он уделил большое внимание возможности для рядовых американцев реализовать свой потенциал.

Джо Байден в своем послании, следуя внутренней повестке дня, сделал акцент на социальной сфере (31 % эвфемизмов), военном потенциале страны (29 %), межэтнических (межнациональных) контактах (25 %) и в меньшей степени – экономических вопросах (15 %). Президенту важно сплотить нацию, реализовать экономический и военный потенциал для укрепления страны.

Президенты США в своих речах стремились сделать акцент на вызовах, стоящих перед американской нацией. Ими также выделялись те особенности, которые они считают приоритетными для построения лучшего будущего страны. Для реализации своего замысла политические деятели использовали разнообразные эвфемизмы, благодаря чему их выступления получили положительный отклик среди широких слоев американского общества.

П. Таран

СПЕЦИФИКА ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОГО ПЕРЕВОДА

При выполнении последовательного перевода специалист начинает работать только после того, как оратор закончил говорить, завершив свою речь или ее часть. Функционирование данного вида устного перевода происходит следующим образом: он следует за текстом подлинника, или уже полностью произнесенным, или произносимым с перерывами: «поабзацно» – перевод следует за озвученной группой предложений, реже «пофразно», т.е. за отдельными предложениями. В зависимости от специфики мероприятия и ситуации общения выделяют несколько основных типов устного последовательного перевода.

Пофразовый перевод. Если переводчик имеет дело со сложной терминологией в ситуациях, когда максимально важна точность сказанного, он прибегает к переводу отдельными фразами. Оратор говорит 1–2 предложения, переводчик максимально точно доносит слушателям их значение. Такой способ перевода существенно тормозит процесс общения людей, но позволяет гарантировать полное взаимопонимание по всем аспектам беседы.

Абзацно-фразовый перевод схож в своей сущности с пофразовым, но используется в более неформальных случаях, где важна не максимальная точность сказанного, а общий смысл. Оратор говорит несколько предложений или отдельный монолог, а переводчик формулирует сказанное у себя в голове, обобщает и далее уже может преподносить слушателю своими словами. Такой способ активно используется в любых ситуациях, где нужен перевод общего характера.

Зрительно-устный перевод актуален в ситуациях, когда оратор должен выступить перед аудиторией. Это означает, что у него есть заранее подготов-

ленная речь или доклад. Текст предварительно переводится, и переводчик в ходе выступления зачитывает пояснения на языке слушателя. Такой перевод применяется для общения в формате монолога – доклады, лекции, презентации.

Перевод с записью. На профильных конференциях, симпозиумах и других мероприятиях (иногда – в прямом эфире) регулярно используется специальная терминология, требующая внимательной обработки. Переводчик в процессе разговора записывает сказанное. При переводе с записью специалисты фиксируют информацию при помощи специальной системы условных обозначений. Завершив запись одновременно с оратором, переводчик сразу же интерпретирует информацию по конспекту и доносит ее до аудитории.

Односторонний перевод. Переводчик переводит услышанное только на свой родной язык.

Двусторонний перевод. В этой ситуации один переводчик осуществляет перевод с иностранного языка на родной и наоборот.

А. Тарасова

СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ В СФЕРЕ ЭКОЛОГИИ

В современном мире все больше людей интересуются проблемой защиты окружающей среды, считают ее важной и освещают в медийном пространстве, что находит свое отражение и в языке. Чтобы обозначить новое экологическое явление или вопрос, в речь вводят неологизмы, которые определяют феномены и указывают их особенности и характер. Особый интерес неологизмы представляют и для перевода, когда необходимо наиболее точно передать содержание понятия и все оттенки значения нового слова.

Проведенный анализ англоязычных публикаций экологической тематики изданий “BBC”, “The Times”, “Inside Ecology” и “The Ecologist” позволяет выделить несколько групп экологических неологизмов. В первую очередь обращают на себя внимание лексические единицы, образованные путем сложения основ в одно слово, к примеру, *ecotourism* – *экотуризм* или *ozone-friendly* – *безопасный для озонового слоя*. В русскоязычных статьях единицы с элементом *eco-* обычно передаются при помощи калькирования, а с элементом *-friendly* – описательно.

Следующую группу неологизмов образуют словосочетания с определяющим элементом *green* в значении ‘не наносящий вред окружающей среде или защищающий ее’. Например, *green revolution* – *«зеленая» революция*, *green politics* – *политика защиты окружающей среды*. При переводе таких словосочетаний русскоязычные медиа используют способы калькирования и описания. Обращает на себя внимание существительное *a green*, образо-

ванное от прилагательного путем конверсии и получившее значение ‘защитник окружающей среды’, которое передается на русский язык описательным способом.

Еще одним продуктивным способом образования неологизмов служит словосложение, в результате которого образуются единицы типа *greentailing* в значении ‘продажа продукции, безопасной для окружающей среды’ (от *green retailing*) либо *climatarian* ‘человек, придерживающийся диеты, которая оказывает минимальное влияние на климат’ (от *climate* и *-tarian*). В русскоязычных медиа можно встретить их эквиваленты *гринтейлинг* и *климатарианец*, соответственно, образованные транскрибированием и калькированием. В материалах также можно встретить контаминированные единицы типа *cli-fi* (от *climate fiction* ‘научно-фантастическое произведение об изменениях климата’), которые передаются на русский язык описательно.

Экологический дискурс, таким образом, является сферой, активно пополняющей словарный запас английского языка за счет образования неологизмов путем сложения слов, расширения значений существующих лексических единиц и их конверсии, а также контаминации. На русский язык такие новые слова передаются в основном при помощи калькирования или описательного перевода.

Д. Тарасова

МЕТАФОРА КАК ИНСТРУМЕНТ ЯЗЫКОВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Метафора – один из основных приемов познания и наименования объектов действительности, создания художественных образов и порождения новых значений. Сегодня метафора рассматривается как незаменимый инструмент познания субъектом окружающего его мира. Как изобразительное средство она связана со сравнением, сопоставлением, проведением аналогий, т.е. надежными способами пояснения сложных мыслей. Кроме того, метафора служит эффективным средством создания коннотации и является действенным способом категоризации, концептуализации действительности. Именно эти особенности делают ее наиболее популярным инструментом убеждения и манипулирования в современном медийном дискурсе.

С одной стороны, используя метафоры, СМИ делают информацию понятнее и доступнее массам. С другой – при помощи метафор они апеллируют к чувствам адресатов, стимулируя определенную реакцию на сообщение.

По нашему наблюдению, военные метафоры как инструмент воздействия встречаются в медийном дискурсе несколько чаще других. Возможно, потому, что медийный дискурс в целом воспринимается как поле битвы в информационной войне. Приведем примеры.

Democracy only works when we work for it. When we fight for it. When we demand it.

In Georgia, civil rights have always been an act of will and a battle for our souls.

В таких фразах явно виден призыв к немедленному действию. Использование глагола *бороться* в сочетании с местоимением *мы* и сравнение защиты прав человека с битвой за душу призваны убедить адресата в серьезности ситуации, вызвать чувство причастности к благородной борьбе за высокие цели (и против тех, кто эти цели не разделяет).

*I am just one of many American officials **targeted** by the Russian propaganda machine.*

Цель этой метафоры – представление своих оппонентов агрессорами, а себя жертвой агрессии, чтобы вызвать у аудитории сочувствие к себе (и своей политике) и осуждение оппонентов. Глагол *to target* подразумевает обдуманность и целенаправленность действия, что еще сильнее отягчает вину нападающих.

Из приведенных выше примеров можно увидеть, что чем ярче языковое средство, тем легче воздействовать на подсознание адресата. Современные СМИ активно используют метафору как способ моделирования действительности для того, чтобы внедрить в сознание адресата нужный образ или необходимое отношение к событию.

Д. Тачилина

ВОЗМОЖНОСТИ КЛАССИФИКАЦИИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ОБРАЗНО-ОЦЕНОЧНЫХ ИДИОМ

Предметом настоящего исследования являются возможности систематизирования образно-оценочных идиом в англоязычных статьях политической тематики. Методом сплошной выборки из статей соответствующей направленности нами было отобрано 100 микроконтекстов, содержащих идиоматические единицы, несущие в себе эмотивно-оценочные значения.

Структурная классификация образно-оценочных идиом (категоризация зависит от общей принадлежности идиомы к конкретной части речи): глагольные – *to upset the apple cart*; адъективные – *as clear as mud*; субстантивные – *water under the bridge*; адвербиальные и предложные – *in bad faith*.

Семантическая классификация структурных компонентов идиом (распределение в группы на основе проведенного нами компонентного анализа отобранных идиом с учетом контекста их употребления). Нами были выделены следующие группы:

- чувства, эмоции – *to be in good spirits*;
- качества, описание человека – *a safe pair of hands*;
- характеристика события, явления – *red herring*);
- положение, ситуация, состояние – *a matter of life and death*;
- воздействие, процессы – *to take up the slack*.

Классификация идиом по **категории понятия оценочности**:

- оценка морально-этического и эмоционального состояния – *to be on cloud nine*;
- оценка социального статуса, авторитета, значимости, ответственности – *to throw caution to the wind*;
- оценка степени мощности, интенсивности – *a matter of life and death*;
- оценка степени сложности – *to be (caught) between a rock and a hard place*;
- оценка степени улучшения / ухудшения – *light in the end of the tunnel*.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что у образно-оценочных идиом развита классифицирующая способность. Однако необходимо отметить следующее: структурная классификация является объективной, в то время как семантическая классификация и классификация по категории понятия оценочности обладают высоким уровнем субъективности. Это объясняется, во-первых, отсутствием четких границ между различными группами, выделенными на основании семантики или конкретной понятийной категории, поскольку план содержания идиоматических единиц может включать в себя сразу несколько элементов. Во-вторых, процесс систематизации в значительной степени обусловлен индивидуальными особенностями восприятия.

Д. Тишурова

ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В настоящее время компьютерные игры обладают большей популярностью и распространенностью по всему миру, чем многие другие продукты из индустрии развлечений. Их начинают применять не только в развлекательных целях, но также в развивающих, обучающих и многих других. Именно поэтому на начальных этапах разработки необходимо тщательно подходить к интернационализации продукта.

Интернационализация является первым и важным этапом локализации текста. Она позволяет расширить сферу использования готового продукта и сделать его доступным для большого количества стран. Ее цель состоит в полном уничтожении всех возможных культурных особенностей. Отсутствие интернационализации может создать трудности при переводе, таких как необходимость сокращения текста до количества символов текста оригинала, что может привести к потерям в стилистической и смысловой составляющих текста перевода. Или же сделать невозможным перевод текста на некоторые языки, в которых способ чтения не совпадает со способом чтения языка текста оригинала.

Помимо всех существующих функциональных стилей, не являющихся главной сложностью при переводе на другие языки, текст компьютерной игры может включать в себя большой объем безэквивалентной лексики и сленга. Процесс интернационализации призван упростить содержание текста игры и стереть культурные границы, чтобы не допустить шанса неправильной интерпретации и недопонимания при переводе. В ходе качественной интернационализации к тексту компьютерной игры должны быть добавлены специальные подсказки для переводчиков и глоссарии, призванные упростить и ускорить последующую работу.

Таким образом, интернационализация может и не обязывать переводить весь текст продукта и его документацию на другой язык, но она включает в себя все необходимые шаги для комфортной и качественной локализации компьютерной игры на другие языки и является ее неотъемлемой частью. Переводчики получают универсальный и интернациональный вариант текста, который впоследствии можно успешно адаптировать для конкретной страны и конкретных культурных реалий. Без интернационализации процесс локализации остается возможным, пусть и крайне ограниченным, в то время как интернационализация не отделима от локализации, т.к. создает почву для дальнейшей адаптации продукта.

Е. Тондыбаева

ТРАНСФОРМАЦИИ В АУДИОВИЗУАЛЬНОМ ПЕРЕВОДЕ ДОКУМЕНТАЛЬНЫХ ФИЛЬМОВ

В связи с глобализацией кинопродукции аудиовизуальный перевод становится одним из приоритетных направлений изучения. Работая с текстом, переводчику постоянно приходится иметь дело с диалогом, представленным в разных стилях речи с отражением гендерных, социальных и возрастных аспектов. Для более точной передачи исходного текста переводчики прибегают к различным переводческим трансформациям.

Для примера использования подобных трансформаций в тексте был выбран документальный фильм «Колыма – родина нашего страха».

Примером лексического добавления может выступать перевод следующего предложения:

*Десятки тысяч из них не вернулись отсюда домой. Сотни тысяч вернулись, но с переломанным здоровьем и жизнью. – **Tens of thousands people didn't come back home. Hundreds of thousands did, but with broken bodies and lives.***

Применение добавления обусловлено тем, что отсутствует соответствующее слово, и сжатое предложение требует более развернутого выражения мысли.

В следующих примерах перевода реалий была использована транскрипция. Одно из основных достоинств транскрипции как приема является максимальная краткость, что в ряде случаев служит основной причиной транскрибирования.

*Он сам был начальником, а потом стал **зеком**.* – *He was the head and then became a **zek** himself.*

Антонимический перевод мы можем наблюдать на следующем примере:
*Он страстно боится за то, чтобы в Магадане **остались** жители.* – *He is passionately concerned about people **leaving** Magadan.*

Антонимический перевод представляет собой замену какого-либо понятия, выраженного в подлиннике, противоположным понятием в переводе.

Компенсация чаще всего используется для передачи внутрilingвистических значений, характеризующих те или иные языковые особенности подлинника.

*Потому что он очень «кучеряво» **писал**.* – *Because he **had a way with words**.*

В результате проведенного анализа данного материала можно увидеть, что чаще всего переводчиком были использованы такие переводческие трансформации, как лексическое добавление, транскрипция или описательный перевод, антонимический перевод и компенсация.

А. Тоноян

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

К особенностям технического перевода относится необходимость предлагать точные терминологические эквиваленты для адекватного перевода и обеспечения его высокого качества.

Существуют различные приемы достижения эквивалентности и адекватности в переводе. Наиболее оптимальный способ технического перевода – поиск эквивалента: *atom* ‘атом’, *genome* ‘геном’.

Серьезной проблемой в техническом переводе является передача неэквивалентных терминов. В этом случае прибегают к различным лексическим и грамматическим преобразованиям.

К трудностям технического перевода также относим синонимию, когда один английский термин соответствует нескольким русским терминам. В этом случае требуется не только высокий уровень владения родным языком, но и глубокие знания в области, к которой относится переводимый документ.

Калькирование – передача смысла методом буквального перевода, например: *stringtheory* ‘теория струн’, *scanning tunneling microscopy* ‘сканирующая туннельная микроскопия’, *boundary-layer theory* ‘теория пограничного слоя’, *carbon nanotube* ‘углеродная нанотрубка’, *cold pressing* ‘холодное прессование’.

Транслитерация и транскрипция – передача графической и звуковой форм слова, например: *township* ‘тауншип’, *graphene* ‘графен’, *graphite* ‘графит’.

Описание – раскрытие значения слова на языке оригинала при помощи определения на языке перевода, например: *electroless deposition* ‘осаждение методом химического восстановления’, *two-phase methods* ‘синтез двухфазных нанокпозиционных материалов’, *clay dispersion* ‘диспергирование глины в жидкой полимерной матрице’, *hot wall tubular reaction* ‘термическое разложение в трубчатой печи’.

Конкретизация – переводящая единица по своему значению более конкретна, чем исходная, например: *according to the operable codes* ‘согласно действующим сводам положений’, *potential energy barrier* ‘потенциальный барьер’, *fuel heat-generating element* ‘тепловыделяющий элемент’.

Генерализация – вместо термина с узким значением используют термин с более широким значением в переводящем языке, например: *гидравлическое сопротивление потоков* ‘flow resistance’, *эффект динамического воздействия* ‘impact effect’, *rifleman* ‘стрелок’.

Главное требование к переводу научных работ – это адекватность. Научно-технический перевод требует от переводчика соблюдения трех правил: логичность, сжатость, ясность.

В. Третьякова

ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗМЫ И ПСЕВДОИНТЕРНАЦИОНАЛИЗМЫ В ТЕКСТАХ СМИ

Интернационализмы – это слова, встречающиеся в нескольких языках, схожие по звучанию, написанию и значению. Псевдоинтернационализмы – это семантически отличающиеся друг от друга лексические единицы, но при этом совпадающие по внешней форме в двух языках.

Цель данного исследования – рассмотреть особенности использования интернационализмов и псевдоинтернационализмов в англоязычных статьях различных тематик. Для реализации данной цели нами были проанализированы две статьи из газеты “The Guardian”: политической и музыкальной тематик.

В статье политической тематики был зафиксирован 51 интернационализм и 19 псевдоинтернационализмов, а в статье музыкальной тематики – 63 интернациональных слова и 17 псевдоинтернациональных. Классификация была проведена по следующим критериям: по принадлежности к той или иной части речи, по различиям в фонетическом плане, с точки зрения однозначности или многозначности слов, по семантике (совпадают ли значения в двух языках).

Рассматривая частеречную принадлежность интернационализмов, мы выявили в статье политической тематики 71 % существительных, 15 % гла-

голов, 9 % прилагательных, 5 % наречий. В статье музыкальной тематики было найдено 70 % существительных, 26 % прилагательных, 4 % глаголов. В фонетическом плане в статье политической направленности 54 % интернационализмов имеют ударение на одном слоге в двух языках (*crisis, video, infections, distribution*), 46 % слов отличаются ударением (*economy, company, conference*). В статье музыкальной тематики ударение совпадает у 48 % слов (*music, relaxation*).

Что касается однозначности и многозначности, в статье политической тематики обнаружено 43 % однозначных интернационализмов (*Covid, counter-productive*) и 57 % многозначных (*contract, company*). Во второй статье – 42 % однозначных (*bassist, extrovert*) и 58 % многозначных (*ballad, positive*).

С точки зрения семантики значения у интернационализмов в английском и русском языках чаще совпадают, хотя определенный процент слов показывает лишь частичное совпадение (*anecdote, show*).

Псевдоинтернационализмы также оказались достаточно частотны в рассматриваемых статьях: *He was famous for his **pudding**-basin fringe* (*pudding* напоминает слово *пудинг*, но здесь имеет значение ‘стрижка боб’); *...growing **concern** over a third wave of coronavirus infections...* (*concern* напоминает слово *концерн*, но его значение ‘тревога’).

Проведенный анализ показал, что использование интернационализмов и псевдоинтернационализмов в СМИ в целом является достаточно распространенным явлением, а особенности этой группы лексики схожи в статьях различной тематики.

А. Трусова

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОВ

Название фильма позволяет зрителю понять содержание и послание фильма и решить, смотреть его или нет. Актуальность темы данного исследования обусловлена большим количеством англоязычных фильмов, поступающих в отечественный прокат, а также популярностью иностранных фильмов в стране, что требует соответствующего перевода их названий. Поэтому при переводе важно сохранить идею и функцию оригинального заголовка.

Существует противоречие между необходимостью правильного перевода названия фильма и отсутствием устоявшейся стратегии для этого. Потому цель исследования заключалась в проведении анализа частоты используемых стратегий перевода, а также определении степени адекватности перевода фильмонимов с английского языка на русский.

Для исследования методом сплошной выборки на сайте Kinopoisk.ru было отобрано 140 англоязычных названий художественных фильмов и их перевод на русский язык.

В ходе анализа стратегий перевода были выделены четыре наиболее употребительные стратегии, а именно: прямой перевод; приемы добавления и опущения; лексико-грамматическая трансформация; лексико-семантическая замена. Результаты показывают, что наиболее часто используемой, а также наиболее подходящей и адекватной стратегией перевода является прямой перевод. С ее помощью было переведено 79 фильмонимов (56 %).

В ходе исследования было обнаружено, что наиболее сложным аспектом перевода названия фильма с английского языка на русский является несоответствие между грамматическими структурами языка-источника и целевого языка. Для компенсации этого несоответствия чаще всего используются лексические и грамматические преобразования, стратегия применялась 27 раз (19 %).

Также можно отметить, что чаще всего адекватному переводу препятствует безэквивалентная лексика и реалии английского языка. В данном случае наиболее часто используемым методом перевода является полная лексическая и семантическая замена – 20 случаев (15 %). Реже всего применяется стратегия добавления и опущения – всего 14 случаев (10 %).

Для анализа адекватности перевода фильмонимов были выделены такие критерии адекватности, как лексико-семантическое соответствие оригинальному названию; соответствие содержанию фильма; понятность перевода носителю переводящего языка. По результатам проведенного анализа 114 переводов (81 %) можно считать адекватными, т.к. они полностью или практически полностью отвечают выделенным критериям адекватности перевода; остальные 26 (19 %) русских названий либо не соответствовали содержанию фильма, либо искажали идею оригинального названия.

А. Трухавко

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА КОМИЧЕСКОГО В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Юмор является неотъемлемой частью культуры, а также средством установления контакта с аудиторией, создания у нее определенного настроения. Перевод юмора – современное и еще не до конца изученное направление, которое требует использования широкого спектра переводческих трансформаций.

Цель исследования состоит в выявлении языковых средств передачи юмора в англоязычном медийном дискурсе и особенностей их перевода с английского языка на русский. Материалом исследования послужили примеры, извлеченные путем сплошной выборки из кинофильмов, газет, а также интернет-пространства.

Выделяют следующие способы перевода юмора: компенсация, генерализация, конкретизация, добавление, опущение, гиперболизация, лексико-

семантическая замена, модуляция/смысловое развитие, локализация, дословный перевод (калька). В некоторых случаях целесообразно использование переводческого комментария. Приведем примеры.

Перевод с помощью компенсации:

– *Where did your mother come from? – Alaska! – Don't bother, I'll ask her myself!*

– *Откуда твоя мама? – С Анталии! – Какие сандалии?! Мама твоя откуда?*

Перевод с использованием лексико-семантической замены:

– *Do you know why educated people are hot?*

– *Why?*

– *Because they have more degrees.*

– *Знаете, почему студенты перед экзаменом ездят зайцем?*

– *Почему?*

– *Боятся напасть не на тот билет.*

При переводе юмористических медиатекстов важно сохранить в переводе юмор. Для этого следует учитывать не только лингвистические факторы (вид юмора, способы создания юмористического эффекта), но и экстралингвистические, прежде всего, национально-культурную специфику юмора (его национальную обусловленность, устойчивые черты и традиции). В процессе перевода невозможно избежать незначительной адаптации, цель которой состоит в том, чтобы юмор был понятным читателю перевода.

Как показали результаты исследования, наиболее часто используемыми трансформациями при переводе являются: компенсация, модуляция, лексико-семантическая замена.

В. Туча

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СПОРТИВНОГО ДИСКУРСА

Для понимания особенностей перевода спортивных текстов нужно ввести понятие *спортивный дискурс*. Спортивный дискурс – это разновидность национального языка, соотнесенная с такой социокультурной сферой, как спорт, а также речь (устная и письменная) как «трансляция» спортивной ментальности, которая характеризуется особой речевой системностью, представленной в корпусе текстов. Он также является многоуровневым феноменом, в котором субъекты спорта реализуют свои коммуникативные намерения (спортсмены и их окружение, болельщики, спортивные комментаторы).

Переводческие трансформации в спортивном дискурсе можно разделить на лексические, грамматические, стилистические и комплексные. Выделим основные лексические приемы перевода.

1. Калькирование. При таком способе перевода лексическим единицам оригинала подбирается замена с лексическим соответствием в переводящем языке, например: *Away end – гостевая трибуна*.

2. Описательный перевод предполагает описание лексической единицы оригинала на языке перевода, например: *travelling fans* – *фанаты, посещающие выездные матчи*.

3. Транскрипция. Способ заключается в передаче звуковой формы слова оригинала средствами принимающего языка. Примером может служить слово *goal-keeper* – *голкипер* (вратарь – игрок футбольной или хоккейной команды).

Наиболее сложной особенностью перевода спортивных текстов является корректная передача спортивных метафор. К примеру, в предложении *Гонщики Формулы 1 пересекли финишную черту ноздря в ноздрю* метафора *ноздря в ноздрю* переводится как *neck and neck*.

Существуют термины, имеющие разные значения в разных видах спорта, для правильного перевода которых нужно знать особенности их употребления. Слово *draw* с английского языка может переводиться как *жеребьевка* или *ничья*, но в кёрлинге оно означает ‘бросок’.

Еще одной особенностью перевода является наличие большого количества аббревиатур и усечений, которые могут быть переданы на переводящий язык по-разному. *НС (Headcoach)* – *главный тренер*, но *НС (HockeyClub)* – *хоккейный клуб*. В некоторых случаях от аббревиатур образуются новые слова, например, *FIFA (International Federation of Association Football)* – *ФИФА (Международная федерация футбола)*.

В. Ульянович

ПЕРЕВОД СРЕДСТВ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ (на материале рекламы продовольственных товаров)

Рекламный текст является неотъемлемой частью рекламы практически любого вида. Специалистами выделяется 4 цели рекламного обращения: аттракция – привлечение внимания; возбуждение интереса – содержание должно вызывать любопытство; эмоциональное воздействие – текст должен нравиться, запоминание – текст должен отпечатываться в памяти.

Для того чтобы достичь этих целей, используются средства выразительности.

Поскольку сегодня большая часть рекламодателей – это крупные зарубежные корпорации, сложности возникают тогда, когда появляется необходимость перевести, а если точнее, то локализовать или адаптировать, международную рекламную кампанию.

Любой рекламный текст неизменно имеет в своей структуре рекламный лозунг (слоган) – фразу, которую используют в рекламной кампании для повышения известности или привлечения внимания к отличительной особенности продукта. Как правило, это максимально эмоционально насыщенная часть рекламного текста.

Во время адаптации рекламы слоганам уделяется особое внимание, поскольку они отражают философию компании и используются без изменений на протяжении всей рекламной кампании.

Слоган компании «Nestlé» *Good food. Good life* был переведен на русский язык как ‘Качество продуктов. Качество жизни’, что является удачным примером сохранения как синтаксического параллелизма, так и лексического повтора, несмотря на лексическую замену.

В то же время слоган *Maximum taste. No sugar* из рекламы напитка компании «PepsiCo» с низким содержанием сахара был адаптирован как ‘Максимум вкуса, без сахара’. В данном случае был использован прием синтаксической замены, из-за чего пропала парцелляция: вместо двух значимых фраз получается одно предложение. Был нивелирован столь явный акцент на двух равноценно важных качествах напитка.

Любой рекламный текст, особенно слоган, должен быть гармонично включен в культурную среду языка перевода и в то же время сохранять изначальный замысел, чтобы оказывать должный эффект на аудиторию.

Д. Холодова

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СЛЕНГА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

В настоящее время сленг является одной из интереснейших языковых систем современной лингвистики. С помощью сленга авторы в своих произведениях придают речи героев эффект новизны, необычности. Писатели избавляются от штампов и клише, придавая естественность и непринужденность.

Сленг – это слова, которые часто рассматриваются как нарушение норм стандартного языка. Это очень выразительные, ироничные слова, служащие для обозначения предметов, о которых говорят в повседневной жизни.

Существуют различные виды сленга: студенческий, политический, медицинский, спортивный. Любое профессиональное сообщество разрабатывает свой собственный язык. Отличительной особенностью профессионального сленга служит его использование как способа сигнализировать о том, что вы являетесь частью профессиональной группы и знаете, о чем говорите.

Отправной точкой для перевода сленга исходного языка следует считать поиск в качестве возможных аналогов элементов сленга в языке перевода. При переводе сленга необходимо учитывать особенности контекста, в котором он употребляется. Для большинства сленгизмов характерными признаками являются подвижность и стилистическая маркированность, что осложняет их перевод. Одна из важных задач переводчика – сохранение стилистических средств и фигур речи как важной составляющей переводимого текста, а также специфики индивидуального стиля автора.

Для перевода сниженной лексики и просторечия можно использовать прямой (буквальный) и косвенный (непрямой) перевод.

Можно выделить два переводческих приема, применение которых возможно лишь при условии, что значение переведенного слова понятно из контекста, а перевод не нарушает нормы и принципы адекватности и эквивалентности. К этим приемам относятся транскрипция (транслитерация) и калькирование, например: *...old Dim at the back near laughed his gulliver off – ho, ho, ho.* – *...старик Туп на заднем сиденье смеялся до полусмерти, тряся гулливером – хо, хо, хо.*

Здесь значение слова *gulliver (head)* понятно из контекста фразы.

При переводе сленга крайне важно учитывать контекстуальные рамки, а также стараться сохранить стилистическую окраску при помощи различных переводческих приемов.

А. Хрищанович

НЕОЛОГИЗМЫ, ПОСВЯЩЕННЫЕ ВЫХОДУ ВЕЛИКОБРИТАНИИ ИЗ ЕС И ЕГО ПОСЛЕДСТВИЯМ, В КОНТЕКСТЕ ПЕРЕВОДА

К неологизмам относят стилистически маркированные слова, значения слов или фразеологизмы, употребление которых сопровождается эффектом новизны. Для них характерна номинативная разноплановость, выражающаяся в характере называемых реалий и способах их вербализации. Актуальность данного исследования заключается в том, что сегодня в быстро меняющемся мире язык изменяется также быстро, а выход Великобритании из Европейского союза внес изменения не только в лексический состав английского языка, но и русского.

Не будучи лингвистом, экс-премьер-министр Великобритании Тереза Мэй, отмечает, что это глобально важное событие вызвало появление новых слов, и тут же сама занимается созданием неологизмов:

*Will I be the first to introduce the term **Brecession**? I will receive my prize when Brexit leads to Brecession and ends at **Bremorse**. This entire curse will be reviewed, and the final victory will come to **Bremain**. Now you need a period of calm **Breflection*** ‘Буду ли я первой, кто введет термин «Брецессия»? Я буду удовлетворена, когда Брексит приведет к Брецессии и закончится Бреморсом. Весь набор этих выражений будет переосмыслен, и окончательную победу одержит Бремейн. Сейчас вам нужен период спокойствия – Брефлекшн, период размышлений’.

Тереза Мэй, в частности, пишет: *This has not been taken into account t by the markets. The warm way can hardly be considered a departure. This is called «**Breturn**», when the state returns to the status quo* ‘Рынки не приняли это во внимание. Мягкий путь вряд ли можно считать выходом. Это скорее «возвращение Британии», когда государство возвращается к своему статус-кво’.

При переводе в связи с природой неологизмов не представляется возможным подобрать им соответствующий лексический эквивалент и приходится прибегнуть к переводческим трансформациям, среди которых наиболее употребительным является описательный перевод (60 %): *Breflection* ‘период размышлений’, и таким способам перевода, как транслитерация (40 %): *Brecession* ‘Брецессия’ и калькирование (10 %): *Breturn* ‘возвращением Британии’.

Большинство отобранных неологизмов относятся к самому термину *Brexit* ‘Брексит’, ставшему основой для создания многих других неологизмов самими журналистами. В связи с этим они буквально заимствуются журналистами русскоязычных изданий, что подтверждается следующими примерами:

Известный финансист-брекзитер «поставил» £500 млн на будущие проблемы британского бизнеса.

Премьером Британии стал главный брекзитер страны.

И. Цуканов

ПЕРЕВОД ЗООНИМОВ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Зоонимы являются важным элементом развития образности нашей речи и в то же время серьезной переводческой трудностью, когда используются в виде разных стилистических единиц. Наибольший интерес вызывает зооним как компонент фразеологизма. Е. В. Метельская отмечает, что термин *зооним* имеет популярность в современной лингвистике и «... является общим наименованием представителей фауны – птиц, млекопитающих, насекомых и рептилий». Цель нашего исследования – изучение трудностей перевода английских фразеологических структур с компонентом-зоонимом на русский язык.

Считается, что возможности достижения полноценного словарного перевода фразеологических единиц зависят от соотношений между единицами исходного языка и языка перевода. Несмотря на довольно проблемный характер перевода подобных структур, при более глубоком изучении этой области становится ясной необходимость использования этих колоритных фразеологических единиц, а различные схемы позволяют их наиболее грамотно переводить.

Оптимальным переводческим решением является поиск идентичной фразеологической единицы. Однако следует признать, что число подобных соответствий в английском и русском языках крайне ограничено.

При отсутствии непосредственных соответствий фразеологизм, употребленный в языке оригинала, можно перевести с помощью аналогичной фразеологической единицы, хотя он и будет построен на иной словесно-образной основе. Следует также учитывать, что стилистические или эмоциональные окраски не всегда совпадают. В этом случае взаимозамена невозможна.

Калькирование, или пословный перевод, иногда допускается, хотя этот метод не всегда эффективен. Интересно, что порой переводчикам удается внедрить в язык перевода и даже культуру новую ФЕ. Чаще всего этот путь применим к фразеологизмам, имеющим библейские, античные или мифологические источники.

При переводе текстов культурно-исторической тематики применяют калькирование наряду с объяснением в возможно более кратком виде. Такой вид перевода называется двойным, или параллельным.

Если в языке перевода нет фразеологизмов, в большем или меньшем объеме эквивалентных исходной фразеологической единице, нужно искать соответствующие по значению и окраске слова, так называемые однословные частичные эквиваленты фразеологизмов.

Важно не только знать перевод фразеологизма с семей зоонимом, но и его интерпретацию на другие языки во избежание недопонимания или даже оскорбления.

Е. Чвей

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА НЕОЛОГИЗМОВ В ТЕХНИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Современный мир не стоит на месте, язык меняется, поскольку изменяются языковые реалии. Переводчик неизбежно сталкивается с неологизмами. Основная проблема их понимания и перевода заключается в том, что в связи с быстрым развитием всех сфер человеческой жизни ни один словарь не способен включать в себя перевод всех недавно появившихся слов. Если переводчик уже знаком с новым словом, сам перевод не займет много времени, т.к. для этого существует множество разных приемов. Рассмотрим ряд лексических способов передачи неологизмов с английского языка на русский в техническом дискурсе. К ним относятся *транслитерация, транскрибирование, калькирование*, а также *прямое включение*.

Транскрибирование и транслитерация – это способы перевода лексической единицы оригинала путем воссоздания ее формы с помощью букв ПЯ. При транскрипции воспроизводится звуковая форма иноязычного слова (*blockchain* ‘блокчейн’), а при транслитерации – графическая форма (*applet* ‘апплет’). Транскрипция и транслитерация являются одними из самых распространенных способов перевода однословных научно-технических неологизмов. Пользуясь этими приемами, нужно следить, чтобы транслитерируемый термин не был многозначным в русском языке.

Калькирование – это способ перевода лексической единицы оригинала путем замены ее составных частей лексическими соответствиями в ПЯ. Сущность калькирования заключается в создании нового слова или устойчивого сочетания в ПЯ, копирующего структуру исходной лексической единицы, например, *Root* ‘суперпользователь’.

Прием прямого включения представляет собой использование оригинального написания английского слова в русском тексте. Это уместно в тех случаях, когда неологизм невозможно передать ни одним из рассмотренных способов перевода в связи со специфичностью его звучания или написания, например, *cookie* ‘файл cookie’.

Отсутствие фиксации нового слова в словарях не является серьезным препятствием для переводчиков. Как правило, один и тот же неологизм можно перевести различными способами, однако спустя некоторое время один из вариантов вытесняет другие. Основными критериями, которые должны принимать во внимание переводчики при поиске соответствия английскому неологизму в русском языке, являются краткость и однозначность толкования.

А. Чернова

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Актуальность исследования особенностей перевода в индустрии красоты заключается в том, что данная сфера деятельности постоянно пополняется новой терминологией, что вызывает определенные трудности в работе переводчика, который нуждается в рекомендациях, правилах, стратегиях, обеспечивающих качество его работы.

Слово *sponge* во многих случаях можно перевести как ‘губка’, но когда дело касается сферы красоты, принято использовать эквивалент, передаваемый транскрипцией, – *спонж*. Реальность такова, что в этой сфере много заимствований, например, *тинт*, *шиммер*, *хайлайтер*, *консилер*, *кайал*. Чаще всего это англицизмы. Иногда заимствования избыточны. В последние годы всё чаще можно встретить слово *праймер*, хотя этот продукт у нас уже известен под названием *база под макияж*. Но чаще всего новые слова появляются, чтобы обозначить новый тип продукта, новую технику, новый фасон. *Кайал* – не просто карандаш, а мягкий карандаш, который подходит для рисования по слизистой. *Консилер* – не полный синоним слова *корректор*, потому что консилер предназначен специально для области под глазами. Поскольку эти заимствования пока не закреплены в словарях русского языка, то нет единых правил их написания. Встречаются разночтения: *кайал*, *кайял* и *каял*, *бьюти блендер*, *бьюти-блендер* и *бьютиблендер*. Здесь переводчик может либо воспользоваться имеющимися знаниями о традициях транскрипции и транслитерации, либо с помощью поисковых механизмов в Интернете определить наиболее употребительный вариант (по точному совпадению, в кавычках) и использовать его. Самый корректный перевод – тот, который учитывает многообразие понятий.

Отдельно можно обратить внимание на перевод оттенков цвета. В макияже и одежде нюансы цвета очень важны. А уж тем более в тексте, посвященном цветотипам. Существует разница между молочным, ванильным

и цветом яичной скорлупы. Поэтому и в переводе надо отразить эти нюансы, а не просто примерно обозначить цвет словами, известными самым широким массам. Итак, при переводе оттенков цвета нужно пользоваться авторитетными источниками – отечественными и иноязычными словарями, энциклопедиями. Не надо бояться слов типа *кармин*, *томатный*, *цвет верблюжьей шерсти (верблюжий)* и заменять их своими расшифровками – в колористике это устоявшиеся названия. Крайне не рекомендуется описывать свои личные ощущения от цвета вместо поиска адекватного перевода.

Таким образом, надо помнить, кому адресованы тексты, которые вы переводите. Статьи и книги о моде и красоте, как правило, интересуют тех, кто уже ориентируется в данных понятиях, а также они адресованы потребителям этих товаров – действующим или потенциальным, т.е. тем, кто знает, как такие продукты называются, поэтому логично использовать более употребительные варианты перевода.

К. Шамаева

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В связи с ростом количества языковых контактов, развитием информационных технологий и Интернета, который стал одним из основных источников проникновения англицизмов в нашу речь, изучение заимствованной англоязычной лексики не теряет свою актуальность. Лексика специалистов, работающих в области информационных технологий, с каждым днем дополняется все новыми единицами. В «Лингвистическом энциклопедическом словаре» термин *заимствование* определяется как элемент чужого языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция и т.п.), перенесенный из одного языка в другой в результате языковых контактов, а также сам процесс перехода элементов одного языка в другой.

Объектом исследования данной работы является письменный интернет-дискурс конкретного дискурсивного сообщества – специалистов IT-сферы. Нами были проанализированы тексты сообщений сотрудников одной из компаний, специализирующейся на разработке и продаже мобильных приложений, в мессенджере Телеграм.

Мы рассмотрели 813 лексических единиц и выявили 73 случая заимствования. В результате анализа обнаруженных в сообщениях английских лексических единиц были определены основные способы заимствования, а именно:

- калькирование – 7 случаев употребления (*почта*, *приложение*, *локальная сеть*);
- прямые заимствования (транслитерация и транскрибирование – 32 случая употребления (*бекенд*, *оффлайн-стор*, *лид*, *комьюнити*, *репорт*, *инвайт*);

- смешанные заимствования – 12 случаев употребления (*трекинг процесс, нативная реклама, веб-разработка, видео-прув, блеклисты*);
- фонетические трансформации или русификация лексики – 27 случаев употребления (*юзать, хакнуть, тулза, апрувить, фиксить*);

Изучение анализируемых сообщений на предмет частотности использования вышеуказанных способов заимствования показало, что калькирование в данных текстах составляет 7 % заимствований, смешанные заимствования – 12 %, фонетические трансформации – 37 %, транслитерирование и транскрибирование – 44 %.

Таким образом, наиболее активно ИТ-сфера заимствует термины при помощи транслитерации и транскрибирования. Стоит отметить, что лексический пласт информационных технологий испытывает бурные преобразования, с каждым днем в нем появляется огромное количество заимствований. Причинами заимствований в ИТ-сфере являются стремление выражать свою мысль кратко, с помощью использования заимствованного слова вместо описательного оборота; желание разбавить термины юмором и добавить собственную эмоциональную окраску.

А. Швецова

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПЕРЕВОДЧЕСКОГО АНАЛИЗА АНГЛОЯЗЫЧНОГО ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ФИЛЬМА

Качественный перевод с иностранного языка считается одной из основополагающих успеха любого кинофильма за рубежом. Качественный предпереводческий анализ является первой ступенью в процессе перевода и предполагает знания законов текстообразования на исходном языке, в результате которого формируется первоначальное представление, необходимое для последующего выбора переводческих стратегий и преодоления разницы в лингвокультурах. Согласно И. С. Алексеевой, в ходе предпереводческого анализа выявляются доминанты перевода.

В качестве материала исследования выбран записанный нами скрипт документального фильма “The Hero”. В результате анализа нами были определены следующие этапы предпереводческого анализа (по И. С. Алексеевой).

1. Сбор внешних данных о документальном фильме – автор: фильм был снят по заказу телеканала Russia Today; дата релиза оригинала – 2013 г.; источник – групповой, во главе со сценаристом Александром Копысовым; телеканал РТД; реципиент документального фильма – массовый; фильм адресован широкому кругу зрителей, в частности, англоговорящему зрителю старше 16 лет.

2. Определение состава информации и ее плотности: вид информации – эмоциональный (обычная беседа бытового плана); плотность информации и ее компрессивность – низкая (из записанного нами скрипта отчетливо вид-

но отсутствие сокращений, наличие второстепенных компонентов синтаксической структуры и т.п., соответственно, в оригинале нет средств повышения линейной плотности информации).

3. Коммуникативное задание текста: коммуникативная цель или коммуникативное задание кинофильма – получение отклика у аудитории, донесение информации образовательного характера до аудитории.

4. Речевой жанр: короткометражный документальный. (Фильм повествует о проведении контртеррористической операции в Кизлярском районе республики Дагестан, в ходе которой проявил отвагу и мужество 23-летний сержант Евгений Юрьевич Эпов. В результате операции погибли четыре челябинских спецназовца, среди них и сам сержант.)

Таким образом, внешние сведения о фильме являются необходимой составляющей для понимания смысла переводимого текста и формирования последующего адекватного перевода не на интуитивном, а на сознательном уровне. Предпереводческий анализ необходим для того, чтобы воспринять переводимый текст как единое целое, выявить типологические признаки, прогнозировать трудности перевода, определить стратегию перевода.

В. Шибуняева

АУДИОВИЗУАЛЬНЫЙ ПЕРЕВОД: ОСНОВНЫЕ ПРИЕМЫ

Аудиовизуальный перевод сегодня является одним из самых востребованных и сложных видов перевода.

Следует выделить три основных вида аудиовизуального перевода: субтитрование, закадровый перевод и дубляж. Просмотрев перевод англоязычного сериала, мы определили, что наиболее частыми приемами являются опущение, модуляция, конкретизация, генерализация, добавление, целостное преобразование, антонимический перевод и синонимическая замена. Опущение нерелевантной информации используется для укладки в тайминг: *I'm professor Annalise Keating and this is criminal law 100. – Я профессор Анализа Китинг, это курс по уголовному праву.* Цифра 100 здесь подразумевает количество часов лекций по предмету, что также не является важной информацией и не вмещается в тайминг. Модуляция представляет собой замену единицы ИЯ единицей ПЯ, значение которой логически выводится из значения исходной единицы: *I noticed that the verdict is not listed here. So, I guess my question is... Did she do it? – Я заметил, что здесь не написан вердикт, так что вопрос очевиден. Она виновна?* Таким образом, если она сделала это, то есть совершила убийство, она виновна.

Прием конкретизации используется в основном в стилистических целях: *We clean it and put it back, hide in plain sight after we burry the body. – Помоем ее, поставим обратно, спрячем у всех на виду, после того как закопаем*

труп. Слово *труп* вызывает соответствующие эмоции у зрителя, в то время как слово *тело* имеет более широкое значение. В аудиовизуальном переводе используется прием генерализации: *What occurred when Mr. Kaufman ingested the aspirin?* – *Что случилось, когда мистер Кауфман принял таблетку?*

В ситуации, когда текст перевода меньше, используется метод добавления: *I... I'm with Michaela.* – *Да, я согласен с Микаэлой.*

В кинофильмах почти всегда присутствуют слова и фразы, которые нельзя перевести дословно, поскольку в языке перевода есть устоявшиеся соответствия. Перевод таких единиц требует метода целостного преобразования: *Have you seen me? Lila Stangard.* – *Пропал человек. Лайла Стэнгард.* Для передачи определенного смыслового и стилистического значения часто используется антонимический перевод: *You are not thinking straight!* – *Ты несешь полную чушь!* Синонимическая замена также используется в основном для укладки в тайминг: *I promised myself I wouldn't hide at the back of the class.* – *Я поклялся, что не буду забиваться в угол.*

Аудиовизуальная продукция представляет собой сложную систему, которая при переводе вызывает множество трудностей, от технических до лингвистических, решение которых зависит от знания переводчиком соответствующих приемов перевода.

А. Ширмамедова

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ В ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

Фразовые глаголы – это явление разговорного уровня и, следовательно, исключительно важное с точки зрения коммуникативной ценности. Они являются неотъемлемой частью английской лексики. Сегодня фразовые глаголы получили широкое распространение в разных стилях речи, в том числе в технических текстах. Кроме того, в условиях современной глобализации технические тексты подлежат переводу, а переводчики сталкиваются с рядом проблем, одной из которых выступает правильный перевод фразовых глаголов. Все это определяет актуальность темы.

Перевод технических текстов сопряжен с рядом трудностей на лексическом и грамматическом уровнях и требует от переводчика владения терминологической лексикой той сферы, к которой принадлежит переводимый текст, нормами лексико-грамматической сочетаемости, а также умения выделять и переводить фразовые глаголы.

Нами проведен анализ фразовых глаголов, употребляемых в техническом тексте, на примере программного обеспечения по геодезии GEO5. В результате анализа были зафиксированы примеры употребления фразовых гла-

голов *to go (through), to call (for), to switch (on / off, back), to carry (out, over), to fall (into, off), to pull (down), to look (for), to fill (up), to set (up), to turn (on / off), to cut (off)*.

При переводе данных единиц переводчик сталкивается с необходимостью уточнять значение фразового глагола, а также принимать во внимание контекст его употребления. Основными способами перевода фразового глагола в корпусе фактического материала выступили

1) использование словарного соответствия фразового глагола, т.е. вариант, зафиксированного в словаре:

*The program first places the end of a structure into the zero-value point, and then it **looks for** the end beam location x, where the above condition is fulfilled* ‘Программа сначала помещает конец конструкции в точку нулевого значения, а затем **ищет** положение концевой балки x, где выполняется указанное выше условие’;

2) подбор функционального аналога:

*The incompressible subsoil **cuts off** the influence zone below foundation and also influences reduction in settlement* ‘Несжимаемый грунт **отсекает** зону влияния под фундаментом, а также влияет на уменьшение осадки’;

3) подбор контекстуального синонима:

*Evaluating the structure according to theory of limit states also **calls for** the input of coefficient of overall stability of a structure* ‘Оценка конструкции в соответствии с теорией предельных состояний также **требует** ввода коэффициента общей устойчивости конструкции’.

Е. Широкая

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНОВ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ВИДЕОИНТЕРВЬЮ В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Цель исследования заключалась в выявлении языковых особенностей и особенностей перевода терминов в англоязычных видеоинтервью.

Для анализа было отобрано 20 видеоинтервью на три темы: “Films”, “Music” и “Medicine”. В ходе исследования был проведен языковой анализ лексики в отобранном материале, который позволил определить и особенности перевода рассматриваемых терминов.

В сфере Films терминов-глаголов насчитывается больше, чем в сферах Music и Medicine. Например, глагол *shoot* встретился 7 раз. Данный факт может быть связан с тем, что съемка фильма – динамичный процесс и терминосистема данной профессиональной области имеет свою специфику: в ней присутствуют термины-глаголы, именующие различные аспекты деятельности, связанные с созданием фильма.

Практически все термины заимствованы из латыни и других языков. В сфере Medicine слов-derivатов, образованных с помощью суффиксов,

больше, чем в остальных сферах. Это может быть связано с тем, что в этой сфере большое количество узких специализаций, у которых, в свою очередь, свои специалисты, например, *oncology – oncologist, cardiology – cardiologist*.

Перевод терминологии очень трудоемкая задача. Переводчику необходимо исключить употребление иноязычных слов. Следует отдавать предпочтение терминам русского происхождения. Например, в сфере Music вместо слова *тур* следует употреблять слово *гастроли*, а вместо слова *шоу* – *представление*. При этом термины имеют большую семантическую определенность и самостоятельность, нежели слова общелитературного языка, что упрощает точность их перевода. Особенность терминов при переводе – это и четкость семантических границ. Термины обладают большей самостоятельностью по отношению к контексту, чем обычные слова в тексте.

Таким образом, проведенное исследование позволило выявить в англоязычных видеоинтервью с людьми, работающими в разных профессиональных областях, термины, принадлежащие к определенным предметным областям, и обнаружить некоторые особенности их перевода.

А. Шитикова

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СЛОВ ЛСП «ИСКУССТВО» В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Искусство – полифункциональный феномен, отражающий духовный опыт народа, представляющий национально обозначенную категорию прекрасного в ментальности каждого из этносов, и тем самым способствующий расширению нравственных и эстетических идей носителей национальных языков.

Целью проведенного исследования выступало моделирование лексико-семантического поля (ЛСП) «Искусство» в современном английском языке.

ЛСП «Искусство» состоит из пяти ЛСГ: “Painting”, “Drawing”, “Sculpture”, “Collage”, “Photograph”. Существительные и номинативные сочетания данных ЛСГ возможно классифицировать по таким семантическим критериям, как «Материалы, инструменты, оборудование», «Цветовая гамма», «Этапы/элементы работы», «Пространственные характеристики», «Особенности выполнения».

В ЛСГ “Painting” присутствуют существительные, представляющие все вышеперечисленные семантические группы. Однако превалируют лексические единицы семантической группы «Цветовая гамма». В ЛСГ “Drawing” доминируют слова с семантическим признаком «Материалы, инструменты, оборудование», а отсутствуют существительные с критерием «Пространственные характеристики». ЛСГ “Sculpture” представлена словами с семантическими компонентами «Материалы, инструменты, оборудование» и «Этапы/элементы работы». Наибольшая часть существительных ЛСГ “Collage” и “Photograph”

принадлежит подгруппе «Материалы, инструменты, оборудование». Однако в ЛСГ “Photograph” отсутствуют лексические единицы с семантическим признаком «Пространственные характеристики». Наиболее семантически развитыми являются ЛСГ “Painting” и “Collage”, в состав которых вошли существительные и номинативные сочетания, соответствующие всем семантическим признакам: «Материалы, инструменты, оборудование», «Цветовая гамма», «Этапы/элементы работы», «Пространственные характеристики», «Особенности выполнения». Наименее семантически развитой ЛСГ является “Sculpture”, репрезентированная лексическими единицами, соответствующими лишь двум критериям: «Материалы, инструменты, оборудование» и «Этапы/элементы работы». Наибольшее количество существительных и номинативных сочетаний входит в семантическую группу «Материалы, инструменты, оборудование».

Глагольная ЛСГ в ЛСП «Искусство» представлена двумя категориями глаголов: единицами, относящимися к процессу создания предметов искусства, и наименованиями, характеризующими создание образа. Авторский замысел предметов искусства. ЛСГ прилагательных включает в себя два вида лексических единиц: прилагательные, характеризующие предметы искусства с точки зрения их материальных свойств, и слова, описывающие внешний вид, форму, размер, восприятие предметов искусства.

**Круглый стол
«ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА
С НЕМЕЦКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ»**

В. Бельченко

**ЯЗЫКОВАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ КОНСТИТУЕНТОВ
ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ СЛЕДСТВИЯ
В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТАХ ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО
И ХУДОЖЕСТВЕННОГО СТИЛЕЙ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА**

Анализ функционирования конstituентов функционально-семантического поля следствия основан на классификации, предложенной немецкими грамматистами во главе с Й. Буша. Средства выражения семантической категории следствия относятся к разным языковым уровням: грамматическому и лексическому. Выборка материала для сравнительного анализа представлена статьями политической и экономической тематики из журнала «Internationale Politik», а также тремя произведениями Г. Бёлля «Потерянная честь Катарины Блум», «Поезд прибывает по расписанию», «Чем закончилась одна командировка». Объем выборки для газетно-публицистического стиля составил 29 000 словоформ, из которого было отобрано 114 примеров со средствами выражения следствия, а для художественного стиля было проанализировано 122 100 словоформ, в которых встретилось 124 случая употребления с их параллельным переводом.

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что наиболее употребительным средством выражения следствия в статьях политической и экономической тематики является сложносочиненное предложение с союзным наречием *deshalb* и *daher* (37,7 %) и глаголы и существительные с семантикой следствия (28,9 %). Такая же частотность употребления сохраняется и в параллельном переводе, что говорит о том, что средства выражения следствия для языка перевода представлены эквивалентными конструкциями.

Анализ выборки из произведений художественного стиля позволяет сделать вывод, что наиболее употребительным средством выражения следствия является сложноподчиненное предложение с союзом *dass* и коррелятом *so*, что в переводе на русский язык передается предложением с союзом *что* и указательными словами *так*, *такой*, *настолько* в главном предложении (43 %). Следующими по частотности оказались бессоюзные предложения. В параллельном переводе сложноподчиненные предложения с указательными словами и бессоюзные предложения встречаются с одинаковой частотой (33 и 34 % соответственно).

Сопоставительный анализ презентативности конstituентов ФСП следствия в двух стилях позволяет сделать следующие выводы:

1) из выборки двух стилей, представленных разными объемами (29 000 и 122 100 словоформ), было отобрано почти одинаковое количество примеров употребления средств выражения следствия (114 и 124 соответственно), что говорит о том, что категория следствия в газетно-публицистическом стиле представлена чаще;

2) лексические средства оказались характерными для газетных текстов (28,9 %).

Е. Григорьева

ФЕМИНИТИВЫ КАК ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ В НЕМЕЦКОМ ДИСКУРСЕ

В языке отражаются различные явления и трансформации, происходящие в обществе. В настоящее время неослабевающий интерес вызывает гендерный вопрос в лингвистике. Речь идет в первую очередь об отражении равноправия мужчин и женщин при помощи употребления различных языковых средств, а также феминизации определенных лексических единиц.

Для грамматического строя немецкого языка характерно наличие категории рода. В немецком их три: мужской, женский и средний. Для обозначения грамматического рода используются соответствующие артикли (*der, die, das*). Семантический признак не всегда совпадает с грамматической характеристикой и биологическим полом обозначаемого объекта. Например, *das Mädchen* 'девочка' грамматически относится к среднему роду.

Гендерно маркированные единицы в немецком языке образуются преимущественно путем суффиксации соответствующих лексических единиц. К основе мужского рода присоединяется суффикс *-in*, например, *der Mitarbeiter – die Mitarbeiterin, der Lehrer – die Lehrerin*. Также возможна замена элемента *Mann* на *Frau* (*Kaufmann – Kauffrau, Seemann – Seefrau*). Гендерно маркированные лексические элементы в немецком дискурсе лишены какой-либо негативной коннотации и используются повсеместно.

Обязательным использование гендерно-корректных форм является в текстах правительственных и административных документов (законов, постановлений, нормативных актов и пр.) Для обозначения лиц обоих полов в рамках одной профессии может быть использована полная эксплицитная форма, например, *Studentinnen und Studenten*. Но данный вариант может перегружать текст и отвлекать слушателей. Поэтому в последнее время большой популярностью в устном и письменном немецком дискурсе пользуются гендерно-нейтральные лексемы (*Person, Mitglied, Lehrkraft*), а также безличные обозначения должностей и ведомств (*das Ministerium, das Rektorat*). В бундесвере идея о введении официальных феминитивов воинских званий встре-

тила сопротивление. По мнению многих военнослужащих, для подчеркивания того факта, что носитель воинского звания – женщина, достаточным является обращение словом *Frau* или же добавление прилагательного *weiblich*.

Таким образом, появившиеся наименования выполняют важную социальную функцию, в первую очередь связанную с женской репрезентацией в различных сферах общественной жизни. Тенденция активной феминизации современного немецкого языка должна быть учтена также в процессе межкультурной коммуникации как важный национально-культурный элемент.

А. Конончук

ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК КУЛЬТУРНО-СПЕЦИФИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Современные литературные произведения содержат множество слов, описаний явлений, непонятных носителям иных культур. Перевод, содержащий такого рода единицы, вызывает ряд проблем. Так, перевод реалий осложнен тем, что объект реалии может отсутствовать в переводящем языке или же быть несколько отличным от реалии языка оригинала.

Актуальность темы заключается в том, что переводчик часто сталкивается с проблемой перевода реалий, и вопрос об их природе, типах и способах перевода остается открытым. Реалии играют большую роль в процессе межкультурной коммуникации, поэтому без глубокого понимания специфики культуры невозможно адекватное межкультурное взаимодействие. Знание конкретных элементов национального своеобразия способствует расширению культурных связей.

Целью данного исследования было рассмотреть особенности функционирования реалий в пространстве художественного текста и выявить особенности их передачи средствами русского языка. Изучив научную литературу, а также проанализировав текст романа Г. Бёлля «Глазами клоуна», мы пришли к следующим выводам.

1. В художественной литературе встречаются элементы текста, свойственные культуре оригинала. Под реалиями понимают не только сами факты, явления и предметы, но и их названия. Понятия, отражающие реалии, имеют национальный характер и относятся к категории безэквивалентной лексики.

2. В настоящее время в зависимости от признака, положенного в основу, реалии классифицируют по предметному, местному и временному принципам.

3. Основными способами перевода реалий, которые были использованы переводчиками исследуемого романа, являются: транскрипция и транслитерация; калькирование; описательный перевод; трансформация; конкретиза-

ция; генерализация; контекстуальный перевод; пояснительная сноска. Решение вопроса о выборе определенного приема при переводе реалии напрямую зависит от задачи, которая стоит перед переводчиком.

4. Перевод реалий в исследуемом произведении выполнен переводчиком весьма удачно, поскольку сохранен и культурный колорит, и специфика языка. В процессе работы был предложен ряд переводческих решений, способных максимально донести текст до читателя, сохраняя при этом авторскую стилистику и указывая на скрытые подтексты.

К. Кулеш

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА АНГЛИЦИЗМОВ (на материале франкоязычных СМИ)

Современные СМИ зачастую прибегают к использованию англицизмов. Французские СМИ не являются исключением. Более того, как правило, в каждой французской статье так или иначе будет использована англоязычная лексика. Несмотря на то, что при переводе вопросы могут возникнуть и с интернациональной лексикой, употребление которой не одинаково уместно в разных языковых ситуациях, мы сосредоточимся на более очевидных заимствованиях, или иноязычных вкраплениях. В тексте подобные заимствования выделяются курсивом или кавычками. В устной же речи на них может делаться дополнительное ударение.

В процессе решения своей основной задачи – поиска идеального соотношения между эквивалентностью и адекватностью – переводчику необходимо учитывать лингвистические и стилистические особенности употребления англицизмов во французском языке.

Так, например, при переводе на русский язык следующих французских глаголов имеет место быть сохранение формы и содержания вне всяких потерь: *liker*, *twitter*, *googler*, *taguer*. При этом при переводе глагола *truster* удастся сохранить лишь форму.

Если в языковом отношении у переводчика руки скованы заранее определенной степенью освоенности тех или иных англицизмов в русском языке, что мешает, например, сохранить часть речи, то в стилистическом плане возможностей больше. Основную трудность может вызвать необходимость распознавания цели использования англицизмов: действительно ли это обосновано.

Так, при переводе слова *kitchenette*, употребленного при описании студенческого общежития, придется подобрать эквивалент, лишенный всякого иноязычного оттенка (*кухонька*), так как в первую очередь речь идет о кухне скромных размеров.

Другим случаем обязательного употребления русскоязычного эквивалента станет перевод лексемы *data*. При наличии исконно французского варианта употребление англицизма является однозначным признаком стилистической особенности речи говорящего. Тем не менее в русском языке переводчик будет вынужден нивелировать ее либо же компенсировать.

Наряду с вышеперечисленными условиями, важной особенностью употребления англицизмов будет историческая близость двух культур, а значит, и более приемлемое для носителей ее отражение на языке. Так, на французском национальном телевидении имеется передача *Good Morning Business*, название которой никогда не переводится. На русскоязычном же телевидении существование подобного не представляется возможным.

Таким образом, лингвостилистические проблемы перевода англицизмов остаются актуальными, а методы их разрешения многочисленными и требующими глубокого анализа для каждого конкретного случая.

Т. Макаревич

СЕМАНТИКА СЛОВА И ЛЕКСИЧЕСКАЯ ЭКВИВАЛЕНТНОСТЬ ПРИ ПЕРЕВОДЕ

В современных условиях глобальной коммуникации немецкоязычные тексты различной направленности становятся объектом перевода. Стоит отметить, что для передачи лексической эквивалентности в исходном тексте также могут происходить некоторые изменения с целью более точной передачи смысла на язык перевода. Задача переводчика заключается в грамотности перевода текста, в отличном владении иностранным языком, в умении грамотно излагать свои мысли на языке перевода в соответствии с определенными правилами перевода.

Актуальность темы настоящего исследования связана, во-первых, со значимостью и ролью текстов в современной коммуникации, во-вторых, с важностью изучения проблематики перевода текстов на иностранный язык (или с иностранного на родной язык). В процессе исследования рассматривались переводческие трансформации как способ достижения эквивалентности.

В ходе работы был проанализирован перевод немецкоязычного текста и выявлены эквивалентные единицы, а также изменения формы и содержания, которые происходят при замене единицы ИЯ эквивалентной ей единицей ПЯ.

При переводе применялись такие переводческие трансформации, как описательный перевод (экспликация), транскрипция и транслитерация. Стоит отметить наличие аббревиатур и узуальных оборотов, которые, в свою очередь, требуют определенного подхода при переводе.

Использование переводческой трансформации, а именно лексической трансформации, рассмотрим на примере слова *einmalig* ‘единственный, уникальный’. Принимая во внимание дефиницию анализируемой единицы, был предложен следующий вариант перевода, который заключается в добавлении в русский текст отсутствующей в оригинале уточняющей единицы, а именно ‘единственное **явление** в своем роде’. Этот прием способствует уточнению значения переводимой единицы и раскрытию информации для потенциального реципиента переводного текста.

Таким образом, был сделан вывод, что выбор правильной переводческой трансформации имеет важное, даже определяющее значение при переводе немецкоязычных текстов.

П. Нарчило

ТИПОЛОГИЯ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ОШИБОК

В современном научном мире эрратология представляет собой достаточно изученный аспект переводоведения. Любые дополнительные исследования в данной области могут расширить понимание причин возникновения разноплановых ошибок и выработать способы их преодоления.

Переводческая ошибка – это любое отклонение от текста оригинала при его переводе. В ходе исследования было выявлено 2 основных вида переводческих ошибок: межъязыковая и внутриязыковая интерференции. В первом случае ошибки чаще возникают при переводе с родного языка на иностранный, когда переводчику недостает знаний о всей системе выразительных средств переводящего языка. В случае с внутриязыковой интерференцией ошибки возникают при переводе с иностранного языка на родной, когда переводчик сталкивается не только с системой языка, над которой доминирует другая, но и с иной культурой.

Говоря о группах ошибок, следует исходить из того, что группы в отличие от видов более глобальны и должны отвечать представлениям об успешности перевода как в частях, так и в целом, т.е. соотноситься с концепцией эквивалентности и адекватности, а также с другими элементами общей и частной теории перевода. Наиболее распространенными группами являются логические, языковые и смысловые ошибки.

Часто ошибки при переводе связаны с межъязыковыми омонимами, лексическими иносказаниями, несозвучными географическими наименованиями, «ловушками» внутренней формы, буквализмами, забытыми значениями многозначных слов. Ошибки на почве «ложных друзей переводчика» являются наиболее частотными.

Существуют классификации переводческих ошибок с точки зрения языка, степени дезинформирующего действия, с учетом прагматики текста, с точки зрения причин возникновения ошибок, классификации по принципу логичности и т.д. В теории перевода особенно выделяют классификации В. Н. Комиссарова, Л. К. Латышева, А. Б. Шевнина, Н. К. Гарбовского.

Причины ошибок при переводе можно систематизировать следующим образом: недостаточное знание языка оригинала; отсутствие знаний в сфере переводимых реалий оригинала; недостаточное понимание того, что говорит автор на конкретную тему; отсутствие способности различать особенности индивидуального стиля лингвистического произведения автора.

Переводческие ошибки можно лишь свести к минимуму. Важной частью подготовки переводчиков является исследование переводческих ошибок при сравнительно-сопоставительном анализе исходного текста и текста перевода.

Я. Овсеец

О СПОСОБАХ РЕАЛИЗАЦИИ РЕЧЕВОГО АКТА «ИЗВИНЕНИЕ» В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ И РУССКОЯЗЫЧНОЙ ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

Под извинением понимается просьба о прощении говорящего/пишущего за какую-либо ситуацию, в которой говорящий/пишущий испытывает вину. В деловой документации речевой акт «Извинение» встречается преимущественно в оправдательных документах, в ответах на письма-предупреждения и рекламации.

По результатам сопоставительного анализа параллельных текстов можно сделать вывод, что наиболее частотными языковыми средствами выражения извинения в немецком языке являются следующие.

1. Речевые клише, содержащие глагол *entschuldigen* в повелительном наклонении, которые чаще всего сопровождаются маркером вежливости *bitte*. Употребление *bitte* обусловлено тем, что повелительное наклонение носит эксплицитный характер, а *bitte* придает высказыванию вежливый тон. Передача глагола *entschuldigen* на русский язык может варьироваться: ***Bitte entschuldigen Sie, dass wir nicht schneller geantwortet haben.*** – ***Извините, что мы не смогли ответить быстрее,*** а также: ***Bitte entschuldigen Sie, dass wir Sie nicht schon früher von diesen Schwierigkeiten in Kenntnis gesetzt haben.*** – ***Приносим свои извинения за то, что не сообщили Вам ранее о возникших трудностях.*** В данном случае происходит изменение наклонения глагола – повелительное наклонение заменяется изъявительным.

2. Существительное *Entschuldigung* в сочетании с глаголом *bitten* на русский язык переводится, как правило, словосочетанием *просить прощения*. Стоит отметить, что немецкое существительное чаще употребляется в единственном числе, а на русский язык переводится множественным: ***Bitte akzeptieren Sie meine aufrichtige Entschuldigung dafür, dass ich meinen Abgabetermin verpasst habe.*** – ***Пожалуйста, примите мои искренние извинения за то, что я пропустил срок сдачи.***

3. Употребление модальных глаголов *mögen, dürfen, können* вместе с глаголом *sich entschuldigen* создает более благоприятную тональность высказыванию. Данная конструкция присуща в большей степени неформальным деловым письмам, когда адресант и адресат лично знакомы и поддерживают деловые дружеские отношения: ***Er bringt Ihnen außerdem einen Strauß bunter Frühlingsblumen, mit dem ich mich für unseren Fehler entschuldigen möchte.*** –

Он также привезет Вам от меня букет ярких весенних цветов как знак моего извинения за допущенную нами ошибку. При переводе данного предложения также были применены два вида трансформаций: грамматическая, а именно замена сложного предложения простым, а также лексическая – субстантивация.

А. Соломко

РЕАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИИ ПОБУДИТЕЛЬНОСТИ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ИНСТРУКЦИИ КАК ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА

В результате проведенного исследования в соответствии с поставленными задачами были проанализированы и переведены тексты технических и медицинских инструкций. В ходе анализа в текстах были выявлены определенные средства выражения категории побудительности и определены основные способы их передачи на русский язык. Установлено, что при переводе данных средств на русский язык использовались такие переводческие приемы, как *прямое соответствие*, т.е. применение аналогичных форм и конструкций в переводном языке, и *грамматическая замена*, т.е. передача средств в исходном тексте другими конструкциями в переводном тексте.

Прямое соответствие применялось в 100 % случаев при переводе **императивных предложений** как в медицинской, так и в технической инструкции: *Stellen Sie keine Gegenstände auf das Gerät* ‘Не ставьте на устройство никаких предметов’; в большинстве случаев при переводе **модальных глаголов** в технической и медицинской инструкции: *Das jeweilige Dosierungsintervall sollte 6 Stunden nicht unterschreiten* ‘Перерыв между приемом препарата не должен превышать 6 часов’; в большинстве случаев при переводе **инфинитива** в медицинской инструкции (75 %) и в некоторых случаях в медицинской инструкции (25 %): *Nicht über 25 C lagern* ‘Хранить при температуре меньше 25 C’; во всех случаях при переводе **эллиптических предложений** в технической инструкции: *Empfohlene Einsatzzeit: 5 Minuten* ‘Рекомендуемое время использования: 5 минут’.

Грамматическая замена применялась как в медицинской, так и в технической инструкции при переводе **модальных глаголов** (51,4 % в тех. инструкции, 61,9 % в мед.инструкции): *Kinder sollten darauf hingewiesen werden, nicht mit dem Gerät zu spielen* ‘Не позволяйте детям играть с устройством’; конструкции **lassen + Infinitiv** и конструкции **sein + zu + Infinitiv** (в технической инструкции): *Lassen Sie die Akkus nicht fallen* ‘Не роняйте аккумуляторы’; в большинстве случаев при переводе **инфинитива** в технической инструкции (75 %): *Akkus von Kindern fernhalten* ‘Хранить аккумуляторы в недоступном для детей месте.’ Все названные средства в 100 % случаев переданы формой повелительного наклонения.

Таким образом, установлено, что доминирующим средством выражения категории побудительности в технических и медицинских инструкциях является повелительное наклонение, основным приемом передачи которого выступает прямое соответствие. Сопоставительный анализ различных средств выражения категории побудительности при переводе в разных типах инструкций показал, что в медицинских инструкциях превалирует прием грамматической замены, а в технических инструкциях соотношение приемов грамматической замены и прямого соответствия равное.

М. Станкевич

ЛОКАЛИЗАЦИЯ ПРИ ПЕРЕДАЧЕ С НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ВТОРИЧНЫХ ТЕКСТОВ НАУЧНОГО СТИЛЯ

В эпоху глобализации увеличивается потребность в публикации результатов научных исследований, в частности, в форме аннотации. Аннотация как жанр научного дискурса создается на основе первичного текста (научной статьи, монографии, учебника и т.п.) и относится к вторичным текстам, которые должны быть семантически адекватны первичному произведению, но существенно ограничены меньшим по сравнению с ним текстовым объемом. Вторичные тексты, способствуя распространению в научном обороте информации о новых достижениях, выполняют тем самым коммуникативно-посредническую функцию.

В рамках проведенного анализа немецкоязычных аннотаций к учебникам и учебным пособиям для изучающих немецкий язык и их перевода на русский язык были установлены следующие закономерности:

- 1) при переводе первого типа аннотаций – к учебникам – использовался знаковый способ перевода; во втором типе аннотаций – к учебным пособиям – были использованы знаковый и смысловой способы перевода;
- 2) при переводе аннотаций к учебным пособиям с немецкого языка на русский был использован прием локализации.

В исследовании под *локализацией* понимается определение, представленное Международной ассоциацией стандартизации в области локализации (The Localization International Standards Association – LISA): локализация – это процесс, который «включает в себя лингвистические и культурные преобразования продукта, нацеленные на аудиторию определенной местности (страна, регион и т.д.), где данный продукт будет использоваться и продаваться», перевод – «процесс преобразования письменного или устного текста одного языка в другой» (В. А. Esselink, 2000).

В качестве иллюстрации использования приема локализации при переводе с немецкого языка на русский представлены адекватная замена и лексические трансформации (описательный перевод):

Das Buch enthält zahlreiche Tipps und Informationen zu folgenden Themen: Telefonausstattung am Arbeitsplatz; Körperhaltung, Stimme und Einstellung; Telefon-Knigge; Gesprächsvorbereitung. – Книга содержит многочисленные советы и информацию по следующим темам: Телефонное оборудование на рабочем месте; Поза, голос и установки; Телефонный этикет; Подготовка, руководство и отслеживание звонков;

Die Grund-, Mittel- und Oberstufe und zur Vorbereitung auf das deutsche Sprachdiplom. – Для начального, среднего и продвинутого уровней, а также для подготовки к получению языкового диплома / сертификата.

Ю. Толстик

МАШИННЫЙ ПЕРЕВОД И ПРОБЛЕМЫ ПОСТРЕДАКТИРОВАНИЯ

В процессе исследования рассмотрены результаты машинного перевода (Google-переводчик) на примере технического текста в плане соблюдения принципа адекватности. Можно сделать вывод, что перевод в целом был произведен достаточно корректно. Например, *Fräsmaschinentypen* передано как ‘типы фрезерных станков’, *hohe Beweglichkeit und Flexibilität* – как ‘высокая мобильность и гибкость’. Эти варианты перевода как выбор соответствующих терминологических единиц можно считать эквивалентными.

Тем не менее отмечены определенные недостатки при переводе лексических единиц терминологического характера. Например, *Kaltfräsen* Google-переводчик передал как ‘дорожные фрезы’, хотя в данном случае представляется целесообразным передать это понятие на русский язык следующим образом: ‘фрезерование холодных заготовок’. Для *Kettenfahrwerke* машинный перевод предложил, на наш взгляд, странный вариант ‘гусеницы’, хотя здесь речь идет конкретно о ходовой части гусеничной машины, что в рамках контекста исходного текста весьма существенно. Думается, что такие ошибки и неточности обуславливаются тем, что Google-переводчик на данном этапе разработки еще не способен в силу своих ограниченных возможностей в полной мере «фильтровать» варианты перевода и находить эквивалентные соответствия.

По результатам проведенного анализа очевидным становится вывод о безусловной необходимости осуществлять постредактирование результата машинного перевода любых текстов, тем более специальных. В этом плане студентам рекомендуется научиться пользоваться системами РЕМТ (Post-Edited Machine Translation) и продолжать совершенствовать свои переводческие компетенции, актуализируя определенные стратегии в процессе предпереводческого и постпереводческого анализа. В частности, в ходе постредактирования у студентов могут также возникать проблемы, к которым можно отнести следующие:

- неумение замечать искажение текста, перевод которого предложила машина;

- неумение подбирать нужное вариантное соответствие;
- отсутствие профессионального взгляда на стиль, жанр, тематику текста и на особенности использования лексики в том или ином контексте;
- отсутствие навыков поиска правильного варианта аббревиатуры или термина, с переводом которых машина не справилась;
- недостаточное знание родного языка, чтобы заметить несогласованность языковых единиц по лицам, числам и падежам, а также неправильное воспроизведение причастных конструкций;
- неумение замечать буквальный перевод словосочетаний, который не является верным;
- отсутствие навыков делать трансформации в рамках предложения.

Е. Шевченко

ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА ЧАСТИЦ В НЕМЕЦКОЙ ПАРЛАМЕНТСКОЙ РЕЧИ

Употребление частиц в парламентской речи тесно связано с прагматической стороной данного вида коммуникации, так как частицы придают различные смысловые оттенки отдельным словам или группам слов, выражая тем самым отношение говорящего к описываемой ситуации, адресату и его высказыванию.

Для рассмотрения особенностей перевода частиц в немецкой парламентской речи были использованы стенографические записи заседания бундестага ФРГ от 13 сентября 2018 года и 10 октября 2018 года и осуществлен перевод записей на русский язык. По результатам перевода выявлены определенные особенности передачи значений частиц *nur*, *doch* и *mal*.

Частица *nur* в повествовательных предложениях выражает некоторое ограничение со стороны говорящего. *Ich will da **nur** ein Beispiel nennen* ‘Я хотела бы привести лишь один пример’. В предложениях эмоционально-насыщенного содержания частица *nur* имеет усилительное значение и подчеркивает тем самым мгновенно возникающее чувство или желание говорящего: ***Nur** dass da nicht ein falscher Eindruck entsteht* ‘Только для того, чтобы не создалось неправильное впечатление’.

Частица *doch* передает, как правило, сильные эмоции и употребляется, в частности, для усиления упрека: *Sie haben **doch** keine Ahnung!* ‘Вы же не имеете об этом никакого понятия!’.

Безударная частица *mal* в повествовательном предложении придает высказыванию смягчающий оттенок: *Ich glaube, man sollte zunächst **mal** festhalten* ‘Думаю, сперва стоит все же уточнить’. Данное коммуникативное значение она сохраняет и в побудительных предложениях, хотя адресат может при этом настойчиво побуждаться к выполнению действия: *Einfach **mal** an den Koalitionsvertrag halten!* ‘Просто следует придерживаться коалиционного соглашения!’

На основе проведенного анализа можно утверждать, что частицы, не обладая самостоятельным лексическим значением, играют в языке значительную роль, принимая участие в выражении общей модальности предложения, поскольку вносят в его смысл дополнительную коннотацию.

Выбор определенных способов перевода частиц может быть во многом продиктован предпочтениям переводчика, а также нести на себе отпечаток системы частей речи его родного языка. К сожалению, зачастую при переводе частицы нередко остаются вне поля зрения переводчика и, как результат, скрытая семантика и прагматические значения, передаваемые частицами в исходном тексте, могут полностью отсутствовать в переведенном тексте. Тем не менее служебные слова во многом формируют стилистику текста, а в определенных случаях, как показал проведенный анализ, именно они реализуют замысел говорящего.

П. Шин

КОМПОЗИЦИОННО-ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТА МЕЖДУНАРОДНОГО ДОГОВОРА (на основе немецко-русских параллельных текстов)

Международный договор имеет строгую композицию, что способствует четкому отображению содержания документа, и унифицированный характер языкового оформления, отражающий регламентированный процесс разработки данного типа документных текстов.

Анализ композиционных особенностей текстов международных договоров на немецком и русском языках дает возможность выделить их обязательные композиционные части: титул (название), преамбула, основная (содержательная) часть, заключительная часть и (при необходимости) приложения.

В титуле при помощи лексико-грамматических средств фиксируются вид документа, участники коммуникации и объект договора. Особенностью оформления названия международного договора является применение правила альтерната (чередования): на первое место ставится наименование участника, которому принадлежит данный экземпляр текста договора. Например: *Соглашение между Республикой Беларусь и Швейцарской конфедерацией о регулярном воздушном сообщении.* – *Abkommen zwischen der Schweizerischen Eidgenossenschaft und der Republik Belarus über den Luftlinienverkehr.*

Преамбула представляет собой вводную часть, в которой закрепляются официальные цели, мотивы заключения договора и его принципы, что организует дальнейшее восприятие и толкование документа.

Основная часть текста представлена в виде статей, в которых выделяются пункты, подпункты, абзацы. Характерной особенностью исследованных международных договоров является повторение лексических единиц, называющих субъекты и носителей смысловой информации, что обеспечивает тематическую связность текста, гарантирует его ясность и недвусмысленность.

В заключительной части представлены положения об условиях вступления в силу договора, сроках действия, условиях и порядке его расторжения. Здесь в обоих языках зафиксировано широкое использование клишированных фраз, которые отличаются полной лексико-семантической и прагматической эквивалентностью: *Настоящее Соглашение подлежит ратификации и вступает в силу в первый день третьего месяца после даты обмена Сторонами ратификационными грамотами. – Dieses Abkommen bedarf der Ratifikation und tritt am ersten Tag des dritten Monats nach Austausch der Ratifikationsurkunden durch beide Seiten in Kraft.* Для заключительных формулировок, которые содержат информацию о месте и дате заключения договора, о количестве аутентичных экземпляров на соответствующих языках, также используются стандартизированные выражения.

Выявленные композиционно-языковые особенности текстов международных договоров существенно облегчают восприятие их содержания и оказывают тем самым практическую помощь в процессе самостоятельного осуществления перевода текстов договоров.

Е. Ядевич

ДИСКУРСИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ НОТ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

Стратегия перевода вербальных нот определяется лингвистическими особенностями текста с учетом особенностей участников дипломатического дискурса. Одной из форм реализации данного типа дискурса является дипломатическая переписка.

Анализ научной литературы показал, что наиболее интересный подход к анализу дискурса представлен, на наш взгляд, российским лингвистом Ю. Е. Прохоровым, который разграничил понятия *дискурс*, *текст* и *действительность* и определил дискурс как «совокупность вербальных форм практики организации и оформления содержания коммуникации представителей определенной лингвокультурной общности». Основываясь на таком понимании, можно сделать вывод, что дипломатический дискурс в некотором роде аналогичен модели коммуникации Г. Лассуэла – американского исследователя в области массовой коммуникации. Разработанная им модель указывает на линейный «однаправленный» акт коммуникации, схема анализа которого имеет ступенчатый характер. В соответствии с принципами данной модели были рассмотрены основные особенности вербальных нот.

Первая ступень модели отвечает на вопрос «кто сообщает?». Адресант в текстах вербальных нот является единично-коллективным, что обуславливает в немецком и в русском языках адекватную форму обращения: *Die Botschaft wird gebeten...* 'Министерство просит Посольство...'. При переводе учитывается, что в качестве адресата здесь также выступает учреждение или организация.

Вторая ступень – «что сообщается?». Цель дипломатической переписки – достижение необходимых для политики государства результатов, совпадающих с нормами международного права. Характерными особенностями основной части текста вербальной ноты как в немецком, так и в русском языке, является глагольный характер письменной речи и план настоящего времени.

Третья ступень модели Г. Лассуэла – «по каким каналам проходит сообщение?». Вербальные ноты – письменный жанр, а значит, их цели достигаются вербально, с помощью лексических и структурно-семантических языковых средств, каковыми являются, в частности, устойчивые выражения, стандартные формулировки, клишированные формы речевого этикета.

Последняя ступень – «с каким эффектом?». Эффект текстов вербальных нот может быть как положительным, когда стороны стремятся к сотрудничеству, так и отрицательным. Характер дискурса и его языковая реализация в текстах вербальных нот позволяет заметить такие возможные проблемы, как неискренность и манипулятивность, что, безусловно, учитывается с целью адекватного воплощения в тексте перевода.

Круглый стол «ТЕХНОЛОГИИ ОБЩЕНИЯ В PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Е. Андреева

СРЕДСТВА ПРОДВИЖЕНИЯ БЬЮТИ-БОКСОВ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

Социальные медиа стали неотъемлемой частью повседневной жизни, однако их роль в сфере бизнеса также важна: маркетинг, PR, B2B, B2C, HR. Именно это предопределило появление Social Media Marketing, или SMM. SMM помогает бизнесу эффективно выстраивать отношения с покупателями. Основной упор делается на создании контента, который люди будут распространять через социальные сети самостоятельно, без участия организатора. К основным методам продвижения бренда в социальных сетях относятся контент-маркетинг, influence-маркетинг, органическая реклама, сториз, хэштеги, кросс-промо. При этом одной из самых успешных сетей является Инстаграм, делающая акцент на продукте, а пользователи, как известно, приходят за интересным и красивым контентом.

Рассмотрим специфику продвижения товара VoxuCharm и IPSY, которые осуществляют продажу косметики в формате бьюти-бокса. VoxuCharm уделяет больше внимания макияжу: в каждой ежемесячной коробке есть палитра, хайлайтеры, кисти для макияжа. Ipsy предлагает смешанный вариант: бокс включает как уходовую, так и декоративную косметику, а иногда и парфюмерию. Рассылка бьюти-боксов осуществляется по подписке на сайте.

Обозначим традиционную структуру сообщения клиентам от имени компании и выделим средства, привлекающие внимание к описанию товара. VoxuCharm обращается к потребителям напрямую (*Charmers 'заклинательницы'*). Компания рассчитывает на обратную связь от клиентов (*How about you?*), и сообщение обязательно включает хэштеги, обозначающие тип бьюти-бокса или план подписки: *#mysterybox*, *#makeupsubscription*. Компания IPSY приводит менее персонализированное сообщение (*Send love. And makeup. And skincare*). Акцент делается не на клиенте, а на том, какую пользу компания способна ему принести. Публикуется список продуктов в бьюти-боксе со ссылкой на страницы производителей. Приводятся более многочисленные хэштеги, обозначающие вид косметического продукта, тип бьюти-бокса, план подписки или передающие эмоциональное отношение к макияжу и продукту: *#beautyproducts*, *#subscriptionbox*, *#makeupsubscription*, *#makeupaddict*, *#beautyobsessed*.

Таким образом, обе компании предлагают товар в формате бьюти-бокса, что является эффективным способом продвижения декоративной и уходовой косметики в социальной сети. Обе компании приводят информацию о типах бьюти-боксов, возможных планах подписки, и сообщения традиционно сопровождаются хэштегами, выполняющими разные функции. При этом для

каждой компании характерна собственная стратегия, которая диктует выбор конкретных средств привлечения внимания постоянных подписчиков услуги и новых клиентов к продукту.

А. Володько

НЕГАТИВНЫЕ КОММЕНТАРИИ В ИНТЕРНЕТ-ОПОСРЕДОВАННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Негативные комментарии являются одним из ключевых факторов в формировании доверия потребителя к товару. Основная задача заключается в выявлении схожестей и различий между русскими и немецкими негативными отзывами в сети на основе их анализа в рамках одной площадки и одного продукта, реализующегося на ней.

В качестве площадки был выбран онлайн-сервис цифрового распространения компьютерных игр – Steam. В качестве продукта была выбрана видеоигра *Cyberpunk 2077*, которая вышла в 2020 году. Она имеет больше 95 450 отрицательных отзывов. Анализ проводился по общей схеме, в которой есть такие пункты, как размер отзыва и его структура, тональность коммуникации, имплицитность, эксплицитность и количество оскорбительной лексики.

Во-первых, размер отзыва и его структура. Немецкие отзывы характеризуются четкой структурой, а именно существует вступление, основная часть и вывод. В русских отзывах четкой структуры не было. Касательно размера отзыва можно сказать, что потребители на обоих языках пишут огромные отзывы. Во-вторых, следует отметить разницу в тональности коммуникации. Так, в немецких отзывах продукт могут и не рекомендовать, но благодаря положительно окрашенной лексике и выражениям, это выглядит не так критично: *...Sollten Bugs verschwinden und die Performance verbessert werden, dann ist CB 2077 Extraklasse* ‘Если они смогут исправить ошибки и повысят производительность, то КБ 2077 будет изумителен’. В отзывах на русском языке превалирует уничижительная лексика: *...Сколько же было шума и хайпа, вау! Каждая “собака” предзаказала игру...* В-третьих, немецкие отзывы отличаются более высокой степенью имплицитности, так как пользователи не стремятся максимально критично отозваться о продукте, а больше сделать акцент на том, что все это поправимо: *Wenn man denn doch nur noch ein wenig mehr Zeit in die Entwicklung gesteckt hätte... hätte es das Meisterwerk werden können, was es sein wollte - sein sollte* ‘Если бы только было потрачено немного больше времени на разработку ... это мог бы быть шедевр, каким его задумали – каким он должен быть.’ Русские отзывы, напротив, эксплицитны ввиду злоупотребления уничижительной лексикой и постоянных сравнений с другими похожими продуктами. В-четвертых, из 10 отзывов на немецком языке было обнаружено 39 лексических единиц, которые являются уничижительными или нецензурными. Из 10 отзывов на русском языке было обнаружено около 114 таких же лексических единиц.

На основе данного анализа и выделенных особенностей можно прийти к выводу, что все эти структурные элементы отзывов отражают не только языковые различия, но и позволяют говорить о национальных особенностях потребителей.

П. Герцкина

НЬЮСДЖЕКИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ К БРЕНДУ

Ньюсджекинг (от англ. *news* ‘новость’, *hijacking* ‘угон’) представляет собой технологию использования реальных событий для продвижения продукта, бренда, компании. Стоит заметить, что бренд не имеет непосредственного отношения к событию или тренду, однако он использует существующий информационный повод для привлечения внимания. Основное назначение ньюсджекинга – решение проблемы отсутствия своих инфоповодов у компании, повышение узнаваемости бренда, привлечение новой аудитории. Главными факторами успеха публикации являются своевременность, информативность, доступность или простота изложения, экспертиза автора, авторитет и популярность площадки. По результатам исследования было выяснено, какие типы новостей чаще всего становятся яркими инфоповодами.

1. Новости, которые вызывают взрыв эмоций у аудитории. Как правило данный тип новостей популярен один-два дня.
2. Новости, которые напрямую связаны с деятельностью какой-либо компании.
3. Мировые события.

В то же время существует определенный вид новостей, которые брать за основу ньюсджекинга крайне не рекомендуется: смерть, трагичные события, очевидные новости.

Вывод о преимуществах и недостатках данного маркетингового хода следующий: повышение поискового рейтинга сайта, увеличение узнаваемости бренда, рост целевого поискового трафика, увеличение целевого социального трафика, увеличение числа внешних ссылок и переходов со сторонних ресурсов являются преимуществами, а к недостаткам относятся скорость реагирования и риск.

Нужно быть предельно осторожным, работая с рассматриваемым инструментом продвижения, так как всегда есть шанс, что идея провалится, а компания столкнется с негативом со стороны аудитории и общественности.

Таким образом, можно сказать, что ньюсджекинг – это быстро развивающееся, многогранное и успешное направление PR-деятельности. Однако это не освобождает специалистов от необходимости создавать качественный контент.

НАЗВАНИЕ АККАУНТА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ: ЦЕЛЬ ИЛИ СРЕДСТВО?

Для исследования была выбрана социальная сеть Инстаграм, где пользователи делятся фото- и видеоконтентом. Данная социальная сеть позволяет не только обмениваться информацией между физическими лицами, но и решать бизнес-задачи, в частности, продавать товары и услуги, продвигать компанию, развивать персональный бренд.

При создании профиля будущий пользователь заполняет ряд обязательных полей. Одним из них является название аккаунта. Название аккаунта и шапка профиля представляют аккаунт пользователю. Эти элементы подчеркивают индивидуальность и своеобразный виртуальный стиль. Если страница направлена на привлечение аудитории, название аккаунта должно быть подходящим. В противном случае потенциальные подписчики могут обойти аккаунт стороной, посчитав, что не найдут в профиле интересного контента. Анализ существующих страниц в сети Инстаграм позволяет сформулировать определенные требования, которые предъявляются к удачному названию аккаунта. К ним относятся легкое запоминание, написание без трудных элементов, описание вашего рода деятельности, употребление минимального количества символов, оказание положительного впечатления на пользователя.

В качестве примеров удачных названий аккаунтов можно отнести следующие: torba.bel, ami_mebel, flowers4you, house.cosmetic.by. Эти названия дают информацию о деятельности аккаунтов, не содержат сложных элементов и привлекают потенциальных клиентов. Вместе с тем в сети встречаются и неудачные названия аккаунтов, такие как tspetrovich5, tanusha.tv, bestap_by, ashkomgrupp. Названия этих профилей сложно произносятся, у других пользователей могут возникнуть трудности с их воспроизведением, как устным, так и письменным. Кроме того, эти названия не только не предоставляют информации о роде деятельности аккаунтов, но в случае tanusha.tv вводят в заблуждение. Следовательно, магазины теряют потенциальных клиентов.

Следует помнить о том, что имя пользователя (первая строчка в шапке профиля) индексируется поисковиком, следовательно, поставив в строку «имя» ключевое слово, соответствующее интересам целевой аудитории, есть возможность получить больше подписчиков и больше шансов на раскрутку. Instagram по своему потенциалу имеет множество различных возможностей как для B2C-брендов (нацеленных на конечного потребителя), так и для компаний, ориентированных на бизнес-аудиторию (при грамотно выстроенной бизнес-стратегии).

Таким образом, при создании аккаунта с целью привлечения аудитории важно выбрать название, которое будет выделяться из общей массы, а также давать информацию о роде деятельности аккаунта и его владельце.

НАЗВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНЕШНЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Мы живем в условиях высокой конкуренции, каждый день мы сталкиваемся с тем, что на рынке появляется новый участник, который пытается себя обозначить и привлечь к себе внимание и как результат клиентов. Поэтому каждая компания пытается сделать название своего кафе или ресторана запоминающимся, особенным, ведь всем известно: «Как корабль назовешь, так он и поплывет». Таким образом, сам процесс – *нейминг* – является актуальной темой для всех компаний. С процессом нейминга тесно связаны эргонимы, так как именно они представляют собой названия фирм, предприятий и организаций. Эргонимы являются не только способом обозначения организаций, но и выполняют ряд функций (номинативную, информативную, эстетическую, дифференцирующую, воздействующую, рекомендательную и аттрактивную) и создаются ради определенной цели – привлечения клиентов.

Так, для изучения тенденций, существующих среди наименований кафе и ресторанов города Минска, были выбраны 300 заведений общественного питания.

В результате исследования было выявлено, что среди наименований заведений города Минска достаточно эффективными для привлечения внимания целевой аудитории являются информирующие значимые названия (*Хинкальная, Пункт питания, Детское кафе, 9 берег*), которые дают описание о деятельности кафе или ресторана, иногда указывают на его местоположение; ассоциативно-информативные прагматические названия (*Особое место, Свое кафе, Трактир Клевый*), которые дают дополнительную информацию, для формирования положительного отношения, и неинформирующие названия (*Гвоздь, Круиз, Бамбук*), которые не дают никакой информации, понятной сразу без дешифровки. Значительной популярностью обладают и названия, которые мотивированы хорошо известными топонимами (*Milano, Шанхай*); антропонимами (*Заслонаў, Есенин, Chaplin*); призывом к действию (*Поедем Поедим* и *Иди Ешь!*). Среди номинаторов также популярны названия, которые содержат орфографическую ошибку (*Мюнхаузен, Алта Виста*) или аббревиатуру (*KFC, T.G.I.FRIDAYS, T.O.Ч.КА.*).

При наименовании заведений внимание целевой аудитории привлекается посредством формы самого эргонима. Так, продуктивным способом образования названий является ретро-номинация (*ТрактирЪ на Парковой, ДубровЪ*), использование символов новейшего времени (*#тепло*), использование латиницы для обозначения названий на русском или белорусском языке (*DOM, IКОМРОТ*), а также названия, имеющие в своем составе включения на другом языке (*The Хмель, IL Патіо, SHEFF-БУФЕТ*).

Подводя итог, можно сказать, что динамичность данной сферы определяет ее актуальность и постоянный интерес со стороны исследователей.

В. Сергейчик

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ НАИМЕНОВАНИЯ КАК СПОСОБ ЭКСПЛИКАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА

Любая человеческая деятельность неразрывно связана с мыслительными процессами, которые воплощаются в языковую форму посредством тех или иных понятий. Концепты и категории образуют языковую картину мира индивида, которая, имея общие черты у различных представителей одной культуры, может быть охарактеризована как национальная языковая картина мира.

Отражение национальной культуры мира неразрывно связано с прецедентными феноменами, которые пользуются популярностью, так как легко узнаваемы и хорошо знакомы широкому кругу носителей языка. Представляется возможным рассмотреть проявление национальной языковой картины мира через прецедентные феномены на материале наименований коммерческих организаций.

Результат анализа позволяет выделить четыре группы наименований, мотивированных прецедентными феноменами.

Во-первых, встречаются наименования, в основе которых лежат имена и фамилии представителей знаменитых исторических родов: кафе «Рагнеда», спортивно-туристический клуб «Витовт», кафе «Князь Альгерд», сеть магазинов «Радзивилловский».

Вторую группу составляют наименования, мотивированные именами представителей белорусской культуры: фальварак «Купала», кафе «Агінскі». Апелляция к именам представителей культуры способствует поддержанию белорусской национальности и позволяет актуализировать самобытность белорусской культуры.

К третьей группе относятся названия, содержащие апелляцию к литературным произведениям: «Родны кут», предприятие «Слуцкие пояса». Стоит отметить, что литература и фольклор являются традиционными источниками крылатых выражений и прецедентных имен.

Четвертая группа образована наименованиями, содержащими апелляцию к мифологическим явлениям, например, «Папараць кветка», что позволяют создать определенную атмосферу и особую таинственность.

Результат изучения наименований, мотивированных прецедентными феноменами, которые актуализируют аспекты белорусской культуры, приводит к выводу о том, что фактор прецедентности является весьма продуктивной основой для образования наименований коммерческих организаций.

ПРИЕМ СТОРИТЕЛЛИНГА В ПРОДВИЖЕНИИ КОСМЕТИЧЕСКОГО БРЕНДА

Сторителлинг – это способ построения корпоративной коммуникации посредством транслирования истории целевой аудитории. История представляет собой сюжетно связанное повествование, в котором события объединяются причинно-следственными связями и разворачиваются во времени. Тщательный анализ целевой аудитории обуславливает выбор героя истории, ее сюжета, места и времени готовой публикации. Чтобы получатель принял сообщение, нужно говорить о том, что его волнует, на понятном ему языке. Сказанное влечет за собой использование определенных языковых средств воздействия на адресата.

Рассмотрим прием сторителлинга на материале публикаций, созданных с целью продвижения производителей органической косметики *Cream.ly*, *Etnoyna* и *Sativa* в Интернете. Повествование ведется от лица компании, адресовано аудитории с доступом к социальной сети Instagram и официальному веб-сайту компании. В текстах описывается история создания и специфика деятельности брендов, обосновывается выбор натуральных ингредиентов для их продукции.

Среди лексических средств, способствующих раскрытию истории, выделим следующие группы: эмотивная лексика, терминология, местоимения. Эмотивная лексика затрагивает эмоции адресата, транслирует положительный имидж компании. Например, прилагательные *непонятный*, *странный* описывают обычные косметические средства и противопоставляются прилагательным *лучший*, *полноценный*, *необходимый*, которые характеризуют продукцию бренда *Cream.ly*. Термины *экстракты растений*, *биосовместимый*, *антиоксиданты*, *жирные кислоты*, *аминокислоты* апеллируют к экспертности и способствуют формированию доверия к продуктам. В свою очередь, местоимения первого и второго лица вовлекают адресата в процесс активного чтения и подчеркивают пользу, которую приносит производитель косметики: *Мы исследуем и разрабатываем формулы, производим и тестируем косметику, чтобы вы смогли выбрать натуральный продукт, на 100 % совместимый с кожей*. На синтаксическом уровне используются риторические вопросы. Они призваны «следовать» за мыслью адресата и создавать впечатление, что компания понимает проблемы своих клиентов: *Почему косметика Etnoyna так хорошо работает?*

При умелом использовании сторителлинг способен повысить результативность онлайн-маркетинга и стать эффективной альтернативой традиционной рекламе. Применяя данный инструмент, компании должны иметь четкое представление о целевой аудитории и, исходя из этого, выбирать определенные содержательные компоненты истории, а также конкретные лексические и синтаксические средства воздействия на адресата.

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ДЖО БАЙДЕНА НА ОСНОВЕ ЕГО ПРЕДВЫБОРНОЙ КАМПАНИИ

Имидж политика представляет собой комплексное явление, которое состоит из многочисленных компонентов. Рассмотрим имидж персоны с точки зрения следующих компонентов модели анализа имиджа: габитарный, кинетический, овеществленный, ментальный, а также имидж среды.

Первым компонентом модели является габитарный имидж, который составляется на основе восприятия внешнего вида персоны. На финальной части дебатов образ Байдена состоит из костюма темно-синего цвета, который означает контроль над ситуацией. Байден выбирает костюмы от американского производителя, тем самым оказывая ему поддержку. В переднем кармане пиджака всегда есть платок, а синий галстук подчеркивает принадлежность к демократической партии, что говорит о внимании политика к деталям. Также неотъемлемым атрибутом гардероба Байдена на время пандемии стала маска.

Следующим компонентом является ментальный имидж, включающий мировоззрение, взгляды, принципы, этические установки, социальные стереотипы и речь политика. Во-первых, очень сильное воздействие на ЦА оказали взгляды Байдена на семейные ценности и на строгое соблюдение мер предосторожности в условиях коронавируса. Во-вторых, намерения Джо Байдена искоренить расовое неравенство, создать новые рабочие места, придерживаться новой экологической программы и стремление вывести страну из экономического кризиса показывают его готовность поддержать ценности, близкие каждому американцу. Даже в рамках этой модели анализа имиджа персоны некоторые элементы могут отсутствовать в определенном контексте. Например, в условиях дебатов, овеществленный имидж Байдена, то есть предметы, вещи, созданные им либо те, которые он часто с собой носит, не имеют веса в данной ситуации. Также имидж среды является несущественным, так как место проведения дебатов четко подбирается обеими сторонами.

Следующим пунктом в рассмотрении имиджа Байдена является кинетический имидж, составляемый на основе характерных телодвижений, осанки, позы, мимики, жестикуляции и взгляда. Основываясь на изучении поведения Байдена, положительный имидж политика формируется благодаря паралингвистическим средствам. Длительные взгляды на зрителей дают аудитории почувствовать себя причастной ко всему происходящему. Осанка показывает уверенность, а наличие жестов управления аудиторией, таких как указательные жесты и опора о поверхности, демонстрирует решительность. Жесты-иллюстраторы помогают четко контролировать и подчеркивать важные моменты речи. Открытые ладони политика свидетельствуют о правдивости слов, вызывают доверие у электората.

В заключение следует отметить, что невербальные средства коммуникации играют большую роль в формировании имиджа персоны, так как именно через невербалику политик воздействует на аудиторию наиболее эффективно.

А. Шакур

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ В ЭКСПЛИКАЦИИ ИДЕИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Каждый человек познает мир с помощью языка. Язык, в свою очередь, способен отразить как личностный опыт каждого отдельного индивида, так и целой группы людей, имеющих общий исторический опыт и культурное наследие. Национально-культурный компонент – это компонент значения слова, который несет информацию о национальной культуре народа.

Для выявления особенностей экспликации идеи устойчивого развития были проанализированы вербальный и невербальный компоненты двух сообщений. Первый пример – это статья «Мы продвигаем меры по борьбе с изменением климата и помогаем уберечь окружающую среду от отходов» (англ. «We Are Driving Climate Action and Helping to Keep Waste Out of Nature») компании «McDonald's», которая опубликована на официальном англоязычном сайте. Второй пример – это статья той же компании и по той же тематике, однако опубликованная на официальном русскоязычном сайте.

Сопоставляя два текста одной и той же фирмы по одной и той же теме, мы выявили следующие тенденции: 1) русский текст включает в себя англицизмы («челленджи» – «challenges» («вызовы», «трудности»), «зеленый тренд» – «green trend» («тенденции в экологии»), «коллаборация» – «collaboration» («сотрудничество», «взаимодействие»)). Английский текст не имеет русицизмов и вставок из другого языка; 2) русский текст не сопровождается картинкой или фотографией, тогда как английский текст – да. Это связано с тем, что русскоговорящее население является более читающим и уделяет большее внимание текстовой информации, когда англоговорящие представители культуры читают меньше, но уделяют много внимания на сопроводительные элементы (фото и видео); 3) в английском тексте можно заметить, что основное убеждение и воздействие на читателя идет за счет положительно окрашенных слов, когда в русском тексте идет апелляция к логике посредством цифр («+1», «40 предприятий», «2021 год», «80 %», «2025 год», «780 предприятий», «160 городов»). В английском тексте отсутствуют числа вовсе.

В итоге следует отметить, что идея устойчивого развития по-разному находит свое отражение в английском и русском языках посредством своих собственных национально-культурных компонентов, которые используются в вербальном и невербальном компонентах текстов. Перечисленные лингвокультурные словосочетания, упомянутые в сравнительном анализе, являются тому подтверждением, ведь они отражают национальные особенности каждой отдельной страны.

ТИПЫ И ФУНКЦИИ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ

Сущность *брендинга территорий* заключается в формировании отличительных особенностей определенной территориальной единицы. Территории, как и другие субъекты PR-деятельности, продают своей целевой аудитории продукты и услуги, которыми могут быть туризм, объекты для инвестиций, местные товары и услуги и так далее. В настоящее время необходимость брендинга территорий актуализируется ввиду глобализации и потребности сохранять свою идентичность.

Брендинг территории выполняет ряд функций: аналитическая (анализ потенциала территории), организационная (разработка стратегии развития территории и контроль ее реализации с последующим анализом эффективности), управленческая (обеспечение необходимой структуры территориального продукта, а также его реализации и продвижения), информационно-коммуникативная (создание системы коммуникаций, популяризация места в рамках более значительной территориальной единицы), общественная (повышение качества и уровня жизни социума территории).

Представляется возможным разделить направления по масштабу территории: брендинг достопримечательностей, инфраструктуры, места, региона, страны.

Брендинг достопримечательностей подразумевает фокус на конкретных локациях, имеющих историко-архитектурную ценность: музей (Гродненский историко-археологический музей), замок (Старый замок в г. Гродно).

Брендинг инфраструктуры – это работа с имиджем кофеен (магазин-кофейня «Раскоша» в Гродно), магазинов (ГУМ в Москве), зон отдыха (городской парк им. Жилибера в Гродно).

Брендинг места представляет собой продвижение туристских, инновационных, агропромышленных зон (ландшафтный заказник Ельня).

Региональный брендинг – разработка стратегии развития города или региона (г. Гродно, г. Лида). Анализируя международный опыт регионального брендинга, мы пришли к выводу, что разработка визуальной айдентики – очень популярный способ подчеркнуть характер города, сформулировав сообщение, которое стоит на четких ассоциациях с конкретным местом (Париж, Мельбурн, Хельсинки).

Задача брендинга страны ставится перед органами государственного управления, но также ее осуществляют и неправительственные организации. Пример удачного национального брендинга – Эстония; в Беларуси большую работу в данном направлении делает проект *gotobelarus*.

Основа брендинга территорий – планомерный и системный подход к процессу реализации концепции, а также ориентация на долгосрочную перспективу. Мы пришли к выводу, что формирование имиджа территории во всех направлениях брендинга осуществляется через визуальный ряд, ключевые сообщения, а также организацию имиджевых и других мероприятий.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕГО И СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ

<i>Баграёнок В.</i> Метакоммуникативные высказывания оценочного характера в англоязычных политических дебатах	3
<i>Базылева Е.</i> Интеллектуальная оценка в межличностном речевом конфликте (на материале английского и русского языков)	4
<i>Гуринович Н.</i> Прагматические функции генерализующих высказываний в обыденно-разговорном диалоге	5
<i>Павлючкова Е.</i> Литания и ее лингвопрагматический статус	6

ЛИНГВОСТРАНОВЕДЕНИЕ

<i>Богданович П.</i> The Interface between Brexit and Gibraltar Status: Future Prospects	8
<i>Гончарова И.</i> America's Eating Habits: Changes to the Worse	9
<i>Дудик А.</i> The Relationships between Elizabeth I and Mary Queen of Scotland in Letters	10
<i>Дюшко Е.</i> Tendencies for Scottish Independence: Pros and Cons	11
<i>Жигарь Т.</i> Canadian Quebec: the Ways to Independence	12
<i>Заяц А.</i> The Status of Gibraltar: Roots and Consequences of the Anglo-Spanish Everlasting Dispute	13
<i>Krautsova M.</i> Major Peculiarities of the Language System of Hong Kong English ..	14
<i>Крупская А.</i> Contemporary Immigration to the UK and its Impact on British English	15
<i>Кузьминых М.</i> Devastating Wildfires in Various Corners of the Globe: the Environmental Aspect	16
<i>Мартыненко П.</i> The Influence of British Colonial Legacy in India on the Development of Indian English	17
<i>Мишурова Р.</i> Implementation of the Montreal Protocol: Australia's Notable Contribution in World Ecology	18
<i>Новик А.</i> The British Linguo Map: Modern Languages, Dialects, Dead Languages	19
<i>Орлова Е.</i> Immigration to Australia: Still Advantageous to Live in the Country?	20
<i>Политаева В.</i> Tolerance as a Social Phenomenon in the American Society	21
<i>Радченко Ю.</i> The History of the Colonization of South Africa and its Influence on the Emergence of South African English	22
<i>Радюк Н.</i> Immigration Flow to the Usa: Recent Tendencies	23
<i>Рыжинская Е.</i> The After-Effects of Australian Excessive Immigration Policy	24

<i>Смушко В.</i> The Unique History of Socio-Cultural Developments in the Newfoundland Vernacular of Canadian English.....	25
<i>Сучкова И.</i> Prison Industry as a Profitable Business in the USA	26
<i>Тарасевич М.</i> How to Get to Australia: Actual Difficulties.....	27
<i>Фадеева Т.</i> Growing Tendencies to Leave American Megalopolises in Coronavirus Reality.....	28
<i>Хлебникова Д.</i> Canadian Immigration Flows in Pandemic Reality	29
<i>Шикавка А.</i> Brexit: Economic Effect Both on Britain and the EU	30

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

<i>Большакова П.</i> Экспликация ценностных ориентаций в юмористическом дискурсе (стендапе)	32
<i>Коваленко В.</i> Мифы в рекламном контексте	33
<i>Козарь С.</i> Коммуникативная роль нейминга в маркетинговой политике компании.....	33
<i>Колесникова В.</i> Заимствования в белорусских и российских изданиях об автомобилях	34
<i>Лабохо Я.</i> Причины коммуникативных неудач в межкультурном взаимодействии (на материале художественных фильмов)	35
<i>Ливанцов В.</i> Языковые средства солидаризации в корпоративных медиа.....	36
<i>Лукашевич Л.</i> Дискурсивные особенности прилагательных немецкого языка	37
<i>Мешкевич А.</i> Прямые и косвенные способы выражения речевого акта просьбы в английском языке	38
<i>Московкина Д., Жизневская П.</i> Адаптация методов диагностики культурного шока.....	39
<i>Походова Я.</i> Конструирование толерантности по отношению к пенсионерам в белорусской прессе	40
<i>Трубникова М.</i> Синтаксические модели построения кликбейт-заголовков.....	41
<i>Ярошевич Я, Некипелова К. О.</i> Факторы, влияющие на интенсивность культурного шока.....	42

ПЕРЕВОД И ОБУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДУ

<i>Алексейченко Р.</i> Концепт «герой» в русскоязычном и англоязычном художественном дискурсе	44
<i>Аллахвердов П.</i> Пути достижения адекватности перевода научно-технических текстов	45
<i>Алхимик А.</i> Локализация компьютерной игры в переводческом аспекте	46
<i>Альшевская М.</i> Приемы перевода реалий в художественной литературе	47

<i>Ануфриенко А.</i> «Ложные друзья переводчика» тематической группы «Одежда»: этимологический аспект	48
<i>Баранова А.</i> Трудности перевода специального дискурса.....	49
<i>Бардашевич Е.</i> Особенности актуализации спортивной метафоры в англоязычной прессе, освещающей выборы президента США 2020 года.....	50
<i>Барташевич Е.</i> Лексические особенности перевода медицинских терминов с английского языка на русский	51
<i>Белова К.</i> Лексические особенности перевода научно-популярного дискурса с английского языка на русский.....	52
<i>Белькевич С.</i> Политкорректность в переводе: гендерно маркированная лексика и способы транскодирования.....	53
<i>Бельчикова Е.</i> Специфика перевода литературной антиутопии (на материале романов Дж. Оруэлла)	54
<i>Бойко Я.</i> Терминология сферы информационных технологий и специфика ее перевода с английского языка на русский.....	55
<i>Буснюк А.</i> Передача имен собственных с английского языка на русский в художественном дискурсе	56
<i>Вакар К.</i> Психологический тренинг переводчика	57
<i>Верич И.</i> Локализация веб-контента	58
<i>Виришч К.</i> Мнемотехника: цель, задачи, актуальность	58
<i>Гаенкова М.</i> Языковые средства выразительности и образности в маркетинговых текстах: переводческий аспект	59
<i>Гарновская Е.</i> Прагматический потенциал интервью англоязычных телешоу в аспекте перевода.....	60
<i>Гилеп О.</i> Особенности передачи хронотопа с английского языка на русский (на материале рассказов Э. Хемингуэя).....	61
<i>Голованева Е.</i> Культуронимы и полионимы в переводе	62
<i>Головнева К.</i> Особенности перевода социолектов с английского языка на русский	63
<i>Гоманькова В.</i> Подходы к художественно-поэтическому переводу	64
<i>Гормаш Я.</i> Особенности перевода арабских реалий	65
<i>Грушевич Т.</i> Грамматические особенности перевода официально-деловых документов с английского языка на русский	66
<i>Гузаревиц А.</i> Перевод советизмов с русского языка на английский.....	67
<i>Дайнеко В.</i> К вопросу о локализации названий и слоганов в кинодискурсе	68
<i>Дашковская О.</i> Коммуникативно-функциональные особенности пресс-конференции как вида переводческой ситуации	69
<i>Демьянова Н.</i> Способы перевода неологизмов в техническом дискурсе.....	70
<i>Дробышевская А.</i> Особенности актуализации безэквивалентной терминологии в научно-популярных статьях экономической тематики.....	71
<i>Дудка П.</i> Перевод фразеологизмов в общественно-политическом дискурсе	72
<i>Духович Е.</i> Кулинарные реалии в материалах индийских СМИ и способы их передачи на русский язык.....	73

<i>Дюко В.</i> Значение косвенного перевода.....	74
<i>Ерошенкова А.</i> Особенности терминологии актов неповиновения афроамериканского населения США в 2020 году (на материале англоязычной прессы).....	75
<i>Ефименко А.</i> Интерпретация эмоций при переводе политических речей.....	76
<i>Ёлкина Ю.</i> Особенности перевода глаголов обонятельного восприятия на русский и английский языки (на материале романа П. Зюскинда «Парфюмер. История одного убийцы»)	77
<i>Захарченя Н.</i> Лингвокультурная адаптация при переводе произведений белорусского фольклора на английский язык	78
<i>Зубышева В.</i> Лексические особенности перевода криминалистических текстов	80
<i>Зуева Е.</i> Дезвфемизация в переводческом аспекте	80
<i>Исаенко Д.</i> Лексические особенности перевода идиом в телесериалах.....	81
<i>Карней А.</i> Безэквивалентная лексика в сфере образования и способы ее перевода.....	82
<i>Ким К.</i> Пропуски в ходе реализации синхронного перевода	84
<i>Клавович А.</i> Проблема локализации компьютерных игр (на примере ролевого боевика)	85
<i>Ковалёва А.</i> Ложная политкорректность и перевод.....	86
<i>Колодяжная О.</i> Трудности перевода аудиовизуального материала по медицинской тематике.....	87
<i>Командюк А.</i> Прагмалингвистические особенности передачи белорусских реалий в англоязычном медиадискурсе.....	88
<i>Королёва Е.</i> Синонимия в медицинской терминологии в аспекте перевода	89
<i>Косенков О.</i> Концепция качества перевода	90
<i>Костюк А.</i> Стратегия адаптации англоязычного мультфильма «Холодное сердце» для русскоязычной аудитории.....	91
<i>Краснокутская П.</i> Особенности смыслопостроения посредством метафоры в общественно-политическом тексте	92
<i>Кудрицкая Д.</i> Способы перевода политкорректной лексики о политическом дискурсе	93
<i>Кузьминых М.</i> Стратегия компрессии в процессе осуществления устного перевода	94
<i>Кулак А.</i> Особенности дипломатического дискурса и его перевода.....	95
<i>Кульбеда А.</i> Специфика локализации названий компьютерных игр	96
<i>Кундас А.</i> Трудности перевода языковой игры	97
<i>Кушнерик Х.</i> О концепте «боль»	98
<i>Латиша В.</i> Способы преодоления когнитивного диссонанса в переводе	99
<i>Латушкина А.</i> Транслитерация и транскрипция в переводе	100
<i>Латыголец А.</i> Особенности функционирования сленга в американских фильмах	100

<i>Легенькая К.</i> Функционирование и перевод глаголов обонятельного восприятия в рекламном дискурсе	101
<i>Лемещенко П.</i> Лексические трудности перевода интернет-дискурса	102
<i>Лепешова Е.</i> Особенности перевода рассказа А. П. Чехова «Шуточка» на английский язык	103
<i>Линченко Е.</i> Способы передачи культурных реалий англоязычных песен в русском переводе	104
<i>Липская М.</i> Особенности перевода экспрессивно-образной поэзии с английского языка на русский	105
<i>Лопан А.</i> Полисемантические экономические термины в англоязычной прессе	106
<i>Любецкая А.</i> Стратегии перевода лингвистических средств языкового воздействия в материалах англоязычных СМИ	107
<i>Лютковская В.</i> Постредактирование как переводческая задача	108
<i>Майсюк Д.</i> Перевод театрального дискурса: правила и импровизация	109
<i>Макаревич А.</i> Стилистические приемы перевода художественного текста .	110
<i>Макаревич П.</i> Требования к адаптации текста в процессе художественного перевода	111
<i>Маньковская Н.</i> Политкорректная лексика в переводческом аспекте	112
<i>Марченко А.</i> Специфика перевода детской художественной литературы	113
<i>Масалевич А.</i> Новые требования к профессиональным компетенциям переводчика	114
<i>Мачкова А.</i> Особенности перевода сленга с корейского языка на русский	115
<i>Мельникович А.</i> Безэквивалентная лексика в романе М. Митчелл «Унесенные ветром» и специфика ее перевода на русский и белорусский языки	116
<i>Микулич В.</i> Некоторые грамматические особенности англоязычных технических текстов, релевантные для перевода на русский язык	117
<i>Милюша А.</i> Передача реалий жанра фэнтези в романах «Властелин колец» и «Песнь льда и пламени»	118
<i>Місуна І.</i> Фразеалагізмы ў творах Янкі Купалы і асаблівасці іх перакладу на англійскую мову	119
<i>Михальков Е.</i> Особенности перевода терминов подъязыка информатики и вычислительной техники	121
<i>Михнюк Ю.</i> Атрибутивные конструкции в специальных и научно-популярных текстах: языковые особенности и перевод	122
<i>Неборская В.</i> Лексико-семантическая специфика англоязычных экономических текстов	123
<i>Неверович М.</i> Особенности перевода национально маркированной лексики на английский язык (на примере альбома «Спадчына Беларусі»)	124
<i>Нестерович М.</i> Лексические особенности жанра интервью со звездой	125
<i>Новик А.</i> Спортивная терминология и особенности ее перевода	126

<i>Новиков Я.</i> Политическая коммуникация как инструмент манипулирования общественным сознанием.....	127
<i>Орешикевич А.</i> Сленгизмы в романе Дж. Д. Сэлинджера «Над пропастью во ржи»: перевод и переперевод.....	128
<i>Переверзева Я.</i> Эмфатические конструкции в произведениях Оскара Уайльда и специфика их перевода	129
<i>Петрович Е.</i> Отражение особенностей региональных диалектов при переводе.....	130
<i>Пинязик А.</i> Особенности локализации видеоигр в контексте аудиовизуального перевода	131
<i>Пискур А.</i> Особенности функционирования и перевода американского и английского юмора (на материале произведений Дж. Хеллера и Р. Дала).....	132
<i>Погорельская А.</i> Особенности использования цитат и аллюзий в англоязычном медиадискурсе в аспекте перевода.....	133
<i>Подольак М.</i> Перевод устойчивых словосочетаний и фразеологизмов (на материале современных англоязычных СМИ)	134
<i>Полещук А.</i> Сходства и различия выражения категории пассива в англоязычных и русскоязычных публицистических текстах экономической тематики	135
<i>Пономарева Ю.</i> Роль переводчика в деловой коммуникации	136
<i>Поправко А.</i> Перевод сакральных текстов: основные понятия и принципы	137
<i>Прищип Ю.</i> Образ подростка в романе Д. Митчелла «Лужок черного лебедя»: переводческий аспект.....	138
<i>Пушгородский В.</i> Основные подходы к поэтическому переводу (на примере баллады «Heather Ale» Р. Л. Стивенсона)	139
<i>Радовец В.</i> Особенности перевода имен персонажей в научно-фантастическом сериале «Доктор Кто».....	140
<i>Робилко А.</i> Особенности перевода специальной медицинской лексики в англоязычном кинодискурсе	141
<i>Романова Ю.</i> Интерпретация и перевод концепта «родина» в русском и английском языках	142
<i>Рубанова А.</i> Языковые средства репрезентации коммуникативных стратегий и тактик в речи англоязычных политиков	143
<i>Рулькович Е.</i> Субтитрование как способ аудиовизуального перевода	144
<i>Самцевич А.</i> Особенности перевода поэзии И. А. Бродского.....	145
<i>Свистунова Е.</i> Языковые средства выражения комического в художественном произведении на контекстуальном уровне	146
<i>Семилетова К.</i> Стратегия перевода кино/видеопроизведения (на примере студии Marvel).....	147
<i>Семутина В.</i> Денотативные структуры с английскими глаголами в контексте перевода	148

<i>Сенгаева А.</i> Военная метафора в англоязычной прессе	149
<i>Сенькевич А.</i> Политически корректная лексика в американском кинематографе: особенности передачи на русский язык	150
<i>Симонова В.</i> Особенности перевода терминов в области информационных технологий	151
<i>Скипор Д.</i> Интенции заглавия художественного произведения.....	152
<i>Снегурская П.</i> Способы и приемы художественного перевода с английского языка на русский (на материале музыкальных произведений).....	153
<i>Соловьёва Е.</i> Перевод-транспозиция литературного произведения (на материале романа Ш. Бронте «Джейн Эйр»)	154
<i>Станкевич А.</i> Стратегии локализации англоязычных анимационных фильмов для русскоговорящей аудитории	155
<i>Старикевич И.</i> Лингвистические особенности книги Бытия (гл. 1 и гл. 2) Пятикнижия Моисеева (1895).....	156
<i>Старовойтова М.</i> Некоторые аспекты перевода текстов туристического дискурса.....	157
<i>Степанова Е.</i> Семантические особенности англоязычной метафоризированной лексики в сфере экономических санкций	158
<i>Судиловская А.</i> Грамматические особенности передачи речи персонажей корейских сериалов на русский язык	159
<i>Сыромятникова А.</i> Эвфемизация инаугурационных выступлений президентов США	160
<i>Таран П.</i> Специфика последовательного перевода	161
<i>Тарасова А.</i> Способы образования и перевода английских неологизмов в сфере экологии.....	162
<i>Тарасова Д.</i> Метафора как инструмент языкового воздействия в современных СМИ	163
<i>Тачилина Д.</i> Возможности классификации англоязычных образно-оценочных идиом.....	164
<i>Тишурова Д.</i> Интернационализация компьютерных игр: переводческий аспект.....	165
<i>Тондыбаева Е.</i> Трансформации в аудиовизуальном переводе документальных фильмов	166
<i>Тоноян А.</i> Особенности перевода технических текстов	167
<i>Третьякова В.</i> Интернационализмы и псевдоинтернационализмы в текстах СМИ	168
<i>Трусова А.</i> Особенности перевода названий англоязычных фильмов.....	169
<i>Трухавко А.</i> Способы перевода комического в англоязычном медийном дискурсе.....	170
<i>Туча В.</i> Лексические особенности перевода спортивного дискурса	171
<i>Ульянович В.</i> Перевод средств выразительности в рекламных текстах (на материале рекламы продовольственных товаров)	172

<i>Холодова Д.</i> Стилистические особенности перевода сленга с английского языка на русский	173
<i>Хрищанович А.</i> Неологизмы, посвященные выходу Великобритании из ЕС и его последствиям, в контексте перевода.....	174
<i>Цуканов И.</i> Перевод зоонимов с английского на русский язык	175
<i>Чвей Е.</i> Лексические способы перевода неологизмов в техническом дискурсе.....	176
<i>Чернова А.</i> Особенности перевода текстов в индустрии красоты	177
<i>Шамаева К.</i> Англоязычные заимствования в сфере информационных технологий	178
<i>Швецова А.</i> Особенности предпереводческого анализа англоязычного документального фильма	179
<i>Шибуняева В.</i> Аудиовизуальный перевод: основные приемы	180
<i>Ширмамедова А.</i> Особенности перевода фразовых глаголов в технических текстах	181
<i>Широкая Е.</i> Языковые особенности терминов в англоязычных видеопереводах в переводческом аспекте	182
<i>Шитикова А.</i> Семантические особенности слов ЛСП «Искусство» в современном английском языке	183

Круглый стол «ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА С НЕМЕЦКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ»

<i>Бельченко В.</i> Языковая реализация конститuentов функционально-семантического поля следствия в немецкоязычных текстах газетно-публицистического и художественного стилей в аспекте перевода	185
<i>Григорьева Е.</i> Феминитивы как гендерно маркированные элементы в немецком дискурсе.....	186
<i>Конончук А.</i> Перевод на русский язык культурно-специфической лексики немецкого языка.....	187
<i>Кулеш К.</i> Лингвостилистические проблемы перевода англицизмов (на материале франкоязычных СМИ)	188
<i>Макаревич Т.</i> Семантика слова и лексическая эквивалентность при переводе	189
<i>Нарчило П.</i> Типология переводческих ошибок.....	190
<i>Овсец Я.</i> О способах реализации речевого акта «извинение» в немецкоязычной и русскоязычной деловой документации.....	191
<i>Соломко А.</i> Реализация категории побудительности в немецкоязычной инструкции как проблема перевода.....	192
<i>Станкевич М.</i> Локализация при передаче с немецкого языка на русский вторичных текстов научного стиля	193
<i>Толстик Ю.</i> Машинный перевод и проблемы постредактирования.....	194
<i>Шевченко Е.</i> Проблема перевода частиц в немецкой парламентской речи	195

<i>Шии П.</i> Композиционно-языковые особенности текста международного договора (на основе немецко-русских параллельных текстов).....	196
<i>Ядевич Е.</i> Дискурсивные особенности немецкоязычных вербальных нот в аспекте перевода.....	197

Круглый стол «ТЕХНОЛОГИИ ОБЩЕНИЯ В PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

<i>Андреева Е.</i> Средства продвижения бьюти-боксов в социальной сети.....	199
<i>Володько А.</i> Негативные комментарии в интернет-опосредованной коммуникации.....	200
<i>Герцкина П.</i> Ньюсджекинг как инструмент привлечения внимания к бренду ..	201
<i>Жедик В.</i> Название аккаунта в социальной сети: цель или средство?	202
<i>Корманова Е.</i> Названия организаций как способ привлечения внешней целевой аудитории.....	203
<i>Сергейчик В.</i> Прецедентные наименования как способ экспликации языковой картины мира	204
<i>Тухватуллина (Борисевич) А.</i> Прием сторителлинга в продвижении косметического бренда.....	205
<i>Червинская Е.</i> Невербальные средства формирования имиджа Джо Байдена на основе его предвыборной кампании.....	206
<i>Шакун А.</i> Национально-культурный компонент в экспликации идеи устойчивого развития	207
<i>Яковенко А.</i> Типы и функции брендинга территорий	208

Научное издание

**МАТЕРИАЛЫ ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА**

15–16 апреля 2021 года

В четырех частях

Часть вторая

Ответственный за выпуск *Е. И. Будникова*

Ст. корректор *С. О. Иванова*
Компьютерная верстка *Н. А. Шауло*