

КАК ДВОРНИК СТАЛ ВАМПИРОМ: ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА

Сегодня нас уже нисколько не удивляет наличие на огромном рынке киноиндустрии большого количества фильмов, произведенных в Китае. Цель данной работы – выявление возможных способов перевода названий китайских фильмов на русский язык, а также частотности использования тех или иных способов перевода. Объектом исследования послужили названия 110 китайских фильмов, отобранных посредством сплошной выборки с сайтов <https://kinoface.net/kitaayskie/> и <https://hdlava.com/film/country/china/>.

На наш взгляд, целесообразно выделять следующие способы перевода названий китайских фильмов: *прямой перевод*, *частичная трансформация*, *полная трансформация*:

1) Прямой перевод названия (29,09 % от общего количества названий кинофильмов). При использовании метода прямого перевода русскоязычный эквивалент полностью или практически полностью сохраняет лексический материал оригинального названия (*京城之王* ‘Король Пекина’, *米花之味* ‘Вкус рисового цветка’, *红海行动* ‘Операция в Красном море’, *超级APP* ‘Суперприложение’, *影* ‘Тень’, *失眠* ‘Бессонница’).

2) Частичная трансформация названия. Этот способ перевода заключается в частичном изменении лексического материала названия фильма с сохранением общей семантики оригинала. Это значит, что отдельные компоненты лексического значения оригинального названия претерпевают изменения при переводе: замена используется в 18,18 % случаев (*空天猎* ‘Небесный охот-ник’, *未择之路* ‘Другая дорога’, *龙虾刑警* ‘Лобстер-коп’), элиминация – в 15,46 % случаев (*悲伤逆流成河* ‘Река грусти’, *四大天王* ‘Четыре небесных царя’, *铁道飞虎* ‘Железнодорожные тигры’, *我说的都是真的* ‘Я говорю правду’), добавление новых смысловых компонентов происходит (вставка) в 0,91 % случаев (*爆裂无声* ‘Гнев тишины’).

3) Полная трансформация названия (36,36 %). Лексические материалы исходного и переводного названий не имеют общих семантических компонентов (*茶的姑妈* ‘Привет, миссис Деньги’, *救僵清道夫* ‘Отдел зачистки вампиров’, *解忧杂货店* ‘Волшебный магазин’, *天气预报* ‘Воздухопокалипсис’, *丢心* ‘Без совести’, *乘风破浪* ‘Ряска’, *仙球大战* ‘Футбольный убийца’, *小裁缝* ‘Бальзак и портниха-китаяночка’).

Метод полной трансформации названия оказался самым популярным при переводе названий китайских фильмов на русский язык. Главным принципом при переводе названий фильмов является, на наш взгляд, «коммерческий»: перед переводчиком стоит задача создания наиболее привлекательного для зрителя, «продаваемого» названия.

К. Ясінская

БЕЛАРУСКІ МОЛАДЗЕВЫ СЛЭНГ

Адной з важных прыкмет актыўнага карыстання той ці іншай мовай з’яўляецца ўзнікненне пэўных лексічных пластоў, якія знаходзяцца па-за межамі літаратурнай мовы. Да іх адносіцца моладзевы слэнг – сацыялект, які ў кожнай мове мае свае асаблівасці фарміравання. Лексічныя адзініцы слэнгу не фіксуюцца лексікаграфічнымі слоўнікамі і ўзнікаюць у працэсе камунікацыі з мэтай надаць эмацыйную ці ацэначную афарбоўку выказванню, разнастаіць вуснае ці пісьмовае маўленне.

Прадметам вывучэння ў дадзенай працы з’яўляецца беларускі моладзевы слэнг, які фарміруецца ва ўмовах беларуска-рускага білінгвізму. Пры гэтым неабходна адзначыць, што дамінуючая роля ў беларускім грамадстве належыць рускай мове. Такім чынам, беларускі слэнг фарміруецца ва ўмовах значнай перавагі рускамоўнага насельніцтва. Тым не менш гэты лексічны пласт беларускай мовы характарызуецца значнай разнастайнасцю ў шляхах фарміравання і адносна актыўным ужываннем сярод беларускай моладзі.

Мэта дадзенай працы – вывучэнне асаблівасцяў ужывання беларускага моладзевага слэнгу ва ўмовах білінгвізму.

На аснове назіранняў за вусным маўленнем беларускамоўнай моладзі, запісамі і каментарамі ў сацыяльных сетках (Facebook, Укантакце), разнастайнымі артыкуламі ў сродках масавай сувязі быў складзены спіс слоў, якія можна аднесці да слэнгізмаў. Усе словы былі падзелены на шэсць груп, у залежнасці ад іх паходжання: 1) уласна-беларускія словы (*вітаначкі, дакалупвацца*); 2) словы, запазычаныя з рускай мовы (*тусоўка, шарыць*); 3) словы апасродаванага запазычання з англійскай мовы праз рускую (*івэнт, чэкаць*); 4) суфіксальныя скарачэнні з рускай мовы (*варык, курсач*); 5) слэнгізмы, калькаваныя з рускай мовы (*задзяўбсці, прышпільны*); 6) словы, запазычаныя з англійскай мовы з беларускім словаўтварэннем (*спікерка*).

Было праведзена анкетаванне сярод моладзі. У анкету былі ўключаны 40 лексічных адзінак, для кожнай з якіх трэба было абраць адзін з трох варыянтаў адказу ў залежнасці ад актыўнасці ўжывання слэнгізму. У выніку анкетавання прайшлі 258 чалавек ва ўзросце ад 15 да 30 гадоў.