

Чтобы определить наиболее характерные типы безэквивалентной лексики, встречающиеся в компьютерных играх, рассмотрим некоторые особенности локализации компьютерных игр.

1. Компьютерные игры, как и многие другие инновации, представляют собой импортированный продукт, что привело к появлению иноязычных терминов, связанных с игровыми жанрами, режимами и механиками, которые до сих пор не получили устоявшихся эквивалентов.

2. Природа компьютерных игр такова, что многие из них – продукт воображения их создателей. Сюжет многих из них разворачивается в виртуальных мирах с вымышленными названиями, в результате чего они оказываются насыщенными авторскими неологизмами, для которых отсутствуют эквивалентные лексические единицы в языке перевода.

3. Некоторые слова в компьютерно-игровой сфере могут изменять свое значение в зависимости от контекста. Существует список слов (например, *unit, mount, caster, challenge, check point, farm*), часто появляющихся в играх определенных жанров, перевод которых нельзя свести к простому выбору словарного эквивалента ввиду их широкозначности.

Таким образом, для локализации наиболее характерны следующие типы лексики, не имеющей однозначных устойчивых эквивалентов в русскоязычных словарях: термины, авторские неологизмы и слова широкой семантики.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что безэквивалентная лексика в компьютерных играх может стать серьезной переводческой проблемой. При переводе разных типов подобной лексики следует ориентироваться на различные компоненты коммуникации. Для достижения эквивалентности переводчику необходимо опираться на общую эрудицию, владеть навыками поиска информации, использовать лингвистические знания в области конкретной языковой пары и творческий подход.

Ю. Миличенок

МЕТАФОРИЗАЦИЯ ЛЕКСИКИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

Основными способами метафоризации признаются олицетворение (прием наделения предметов, растений, животных свойствами, признаками людей); генитив метафоры (способ метафоризации, при котором одно слово в метафорическом словосочетании стоит в родительном падеже: *языки пламени*); перенос слова из одной тематической области в другую.

В результате анализа публикаций британского издания *The Guardian* были выделены следующие основные модели метафорического переноса.

«Экономические санкции – это война». При характеристике экономических санкций авторы текстов используют метафоры, источником которых выступает военная сфера: *EU governments have agreed to impose sweeping sanctions on Russia, targeting state-owned banks, imposing an arms embargo and restricting sales of sensitive technology, in response to Moscow's continued backing for separatists in eastern Ukraine*. В результате подобного метафорического представления вся ситуация с введением санкций воспринимается как военная операция, в которой есть противник (в данном случае России) и цель, которую следует поразить (государственные банки).

«Экономические санкции – это наказание». В данном случае происходит имплицитное деление на своих – чужих, хороших – плохих: *The punitive measures, the most extensive EU sanctions imposed on Russia since the cold war, were agreed by ambassadors from the 28 member states after a seven-hour debate*».

«Экономические санкции – это замена политики». Экономические санкции являются заменой продуманной политики и могут рассматриваться как неумение властей разрабатывать адекватные меры: *In this case and others, critics say, sanctions are a substitute for thought-through policy*.

«Экономические санкции – это инструмент». Вводимые экономические санкции представляются авторам публикаций по анализируемой теме как инструменты политики: *Does the use of sanctions and tariffs as a foreign policy tool actually work?*

Таким образом, анализ публикаций по теме экономических санкций свидетельствует о том, что метафоры обладают значительным манипулятивным потенциалом и используются авторами статей с целью оказать на адресата воздействие, чтобы побудить его к определенным ответным действиям. В частности, это может быть осуждение одной из сторон процесса.

С. Мозго

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАГОЛОВКОВ СТАТЕЙ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ И НАУЧНЫХ ЖУРНАЛОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Данное исследование проводилось с целью выявить особенности и сравнить заголовки английских научно-популярных и научных журнальных статей на экономическую тематику на материале 200 единиц, отобранных методом сплошной выборки из англоязычных новостных изданий и интернет-ресурсов (the Economist, CNBC, The Financial Times и др.) и научных журналов экономической тематики, таких как The Cambridge Journal of Economics, The Journal of Econometric Society, The Econometrics Journal и др.

Отличия заголовков экономических статей научного и научно-популярного стилей

Заголовки научного стиля	Заголовки научно-популярного стиля
По полноте смыслового выражения преобладают	
полноинформативные – частотность употребления 92 %: <i>Alfred Marshall's Household Economics: The Role of the Family in Cultivating an Ethical Capitalism; On the Consequences of Eliminating Capital Tax Differentials</i>	полноинформативные – частотность употребления 70 %: <i>Prices of Prime Properties around the World are Falling</i> ; но также встречаются неполноинформативные заголовки: <i>Guess which neighborhoods get more bank branches</i>