

раўніна, роўная, як стол, была карычневага, нават бурага колеру, а также существительного змрок и образованного от него прилагательного змрочны, например, тут багна і змрок, змрок Балотных Ялін; змрочнае месца, змрочны дзень, змрочная аляя.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что концепт «болото» в самом деле занимает важное место в картине мира главного героя произведения, что подтверждается использованием большого количества лексических единиц, относящихся к семантическому полю данного понятия.

А. Рудкевич

ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ ПУТЕВОДИТЕЛЕЙ

Язык туризма нуждается в социализации для тех, кто создает его, и для тех, кто переводит. В связи с тем, что туристическая отрасль является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей современности, путеводители также необходимо интернационализировать.

Путем интернационализации мы расширяем сферу использования источника, а не его содержание. Результат – продукт, локализованный во многих языках, в котором без отсылок к исходному тексту просто используется универсальный, интернациональный вариант и производятся необходимые изменения, исходя из вкуса целевой аудитории, культурной и социальной ситуации.

Переводчик должен учитывать названия и руководствоваться не только языковыми знаниями, но и учитывать экстралингвистические факторы. При интернационализации путеводителей используются следующие стратегии:

- дословный перевод;
- трансформация;
- замена.

Наиболее простая стратегия – дословный перевод текстов. Она применяется при отсутствии непереводаемых социокультурных реалий и конфликта между формой и содержанием. Например: *Paris* – Париж, *New Zealand* – Новая Зеландия, *Scandinavian Peninsula* – Скандинавский полуостров.

Вторая стратегия – трансформация, что обусловлено различными факторами: лексическими, стилистическими, функциональными, прагматическими. Например: *25 Days of Laos* – 25 дней в Лаосе, *The bohemian guide to Dubai* – можно перевести дословно: Богемный путеводитель по Дубаю, однако будет звучать лучше, если заменить слово *богемный* на что-то более привычное и знакомое: *Путеводитель по роскошному Дубаю*.

Третья стратегия, которой пользуются переводчики, – это замена по причине невозможности передать прагматический смысл исходного текста. Прагматическая адаптация вызывается такими определенными пластами лексики, как реалии, фразеологизмы, авторское словотворчество, смысл которых остается непонятным при дословном и даже при частичном пере-

воде. Например: *Ни за какие коврижки не доверяйте местным таксистам. Это самый простой способ спустить все деньги и остаться с носом* – **Not for a wager of money don't believe local taxi drivers. It's an easiest way to spend your money and be left out in the cold.**

Таким образом, когда мы говорим о понятии интернационализированного текста, то большинство людей представляют себе текст, который могут прочитать и понять люди любой страны. В этом и заключается главная задача переводчика при работе с путеводителями и туристическими текстами.

К. Рудяк

ЗАИМСТВОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ФИНАНСОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

Лексическое заимствование – наиболее простой и отчетливый вид взаимодействия языков, который заключается в переходе готовых языковых единиц из одного языка в другой с полным или частичным сохранением их семантики. Таким способом, например, появилось слово *менеджер* в русском языке (от англ. *manager*).

Как правило, заимствования путем транскрипции, транслитерации или иноязычного вкрапления используются для перевода безэквивалентной лексики, в том числе новых терминов. Однако различие между окказиональными и регулярными соответствиями часто оказывается временным. Многие соответствия, созданные путем заимствования, со временем распространяются в переводческой практике и начинают использоваться в непереводных материалах на переводящем языке. В результате данные единицы исходного языка перестают считаться безэквивалентной лексикой и приобретают постоянные соответствия в переводящем языке, входя в его терминологический состав.

Результаты статистического анализа финансовой документации показывают, что частотность употребления заимствованных единиц составляет 30 %. В ходе исследования рассматривались следующие типы заимствований:

- по обусловленности вещью или понятием (проникают в другой язык вместе с заимствованными предметами или понятиями): *broker* ‘брокер’, *advise* ‘авизо’, *beneficiary* ‘бенефициар’;

- по источнику различаются заимствования прямые и косвенные: 1) *briefing* ‘брифинг’, *charter* ‘чартер’, *import* ‘импорт’; 2) *budget* ‘budget’ (от англ.) – ‘bougette’ (фр.);

- по степени ассимиляции (заимствованные слова, экзотизмы и иноязычные вкрапления): 1) заимствованные слова (адаптированные к системе заимствующего языка) *prolong* ‘пролонгировать’, *cache* ‘кэшировать’, *workshops* ‘воркшопы’; 2) экзотизмы (обозначение реалий и понятий жизни иноязычного общества) *pound sterling* ‘фунт стерлингов’, *rupiah* ‘рупия’ (индонезийская), *yuan* ‘юань’; 3) иноязычные вкрапления (сохранение иноязычного написания) *ad hoc*, *de jure*, *de facto*.