

и качественно-обстоятельственных фразеологизмов с зоонимом *pies* составляет 72 %, а с зоонимом *kot* – 41,5 %. Кроме того фразеологизмы с зоонимом *kot* не представлены в классах модально-междометных и предметных фразеологизмов.

В польской фразеологии отражается хорошая координация кота, способность быстро перемещаться, любвеобильность в марте, наличие хвоста и почти полное отсутствие слез. Кот ассоциируется с сумасшествием и сильным интересом. Кроме уже упомянутых собак, кот не любит мышей и, пользуясь физическим преимуществом, издевается над ними. Человек может прогнать кота, а для продажи посадить его в мешок.

В отличие от собаки, в случае с котом во фразеологизмах, за исключением *popędzić kogoś kota*, не отражается негативное отношение со стороны человека. Кроме того, не представлено ни одного фразеологизма, в основе которого лежало бы плохое состояние кота, в то время как для зоонима *pies* это характерно.

Таким образом, собака представлена в польской фразеологии значительно шире, чем кот, однако отношение к ней со стороны людей намного хуже, чем к коту.

Т. И. Голикова

ИМИДЖ ПЕРЕВОДЧИКА ГЛАЗАМИ ТЕОРЕТИКОВ ПЕРЕВОДА

Слово *имидж* давно и прочно вошло как в обиходную речь, так и в научные исследования, начиная с курсовых, дипломных, магистерских работ, заканчивая появлением целого направления к науке «имиджелогия». Появление научных работ, посвященных имиджу политических и общественных деятелей, натолкнуло на необходимость изучить профессиональный имидж переводчика, обеспечивающего межъязыковой и межкультурный диалог. Имиджу переводчика посвящены работы И. С. Алексеевой, Р. К. Миньяр-Белоручева, Г. Мирама, В. Н. Комиссарова и других. Диссертационное исследование Ю. И. Матюшиной посвящено разработке модели формирования профессионального имиджа у будущего переводчика. Модель включает в себя такие взаимосвязанные и взаимообусловленные компоненты, как лингвистический интеллект, развитый эмоциональный интеллект, культура речи, знания делового этикета, внешний вид, соответствующий ситуации, месту и времени профессиональной деятельности переводчика.

Под имиджем в первую очередь понимают образ, внешность человека, а также его репутацию. В диссертационном исследовании Ю. И. Матюшиной представлен научный подход в определении имиджа как компонента профессиональной культуры переводчика. Профессиональный имидж переводчика – это комплексное понятие, обусловленное внешними и внутренними качествами личности специалиста, целенаправленно формирующееся в процессе профессиональной деятельности, реализующееся как самопрезентация специалиста – представителя определенной профессиональной среды.

Профессиональный имидж – это облик человека, отражающий специфику его профессиональной деятельности, социального статуса, уровень карьерных достижений и притязаний. Имидж переводчика – это еще и наше оценочное восприятие профессионально выполненных требований к осуществлению перевода, согласованного с требованиями заказчика. Оценка профессиональной деятельности переводчика происходит, как правило, по шкале «хороший – удовлетворительный – плохой» перевод. Перевод и, соответственно, переводчик выступают связующим звеном в осуществлении межкультурных и межъязыковых контактов. Сегодня от переводчика ожидается не только хорошее знание иностранного и родного языков, но и владение соответствующими переводческими стратегиями в зависимости от того, какой вид перевода осуществляется. Более того, переводчика часто воспринимают как представителя компании, осуществляющего международные контакты. От облика, вербального и невербального поведения переводчика, зависит оценка деятельности компании. В настоящее время мы наблюдаем расширение функций переводчика. Отсюда вытекает, что меняются требования, предъявляемые к переводчику, а значит, меняется и его профессиональный имидж.

Сегодня имидж современного переводчика рассматривается как явление, связанное с требованиями, предъявляемыми к современному переводчику и кругом изменившихся, расширенных обязанностей. Это не только осуществление качественного перевода, устного или письменного, устного синхронного или последовательного, с листа, но и безусловное выполнение коррекции и редактирования собственного перевода, с использованием современных компьютерных средств верстки текста, организационная, консультативная, аналитическая работа, связанная с подготовкой и составлением резюме, аннотаций, пресс-релизов и других материалов из разных сфер деятельности. Это и работа переводчика-менеджера в качестве связующего звена между заказчиком, исполнителем и получателем перевода.

Нельзя определить единую модель имиджа переводчика. Для переводчика-синхрониста – это одна модель, для переводчика художественной литературы – это другая модель. Примем во внимание и разнообразие таких направлений в переводческой деятельности, как переводчик-референт, переводчик интернет-сайтов, видеофильмов, гид-переводчик, технический переводчик, которые предполагают следование своим особым, специальным требованиям. Например, для синхронного перевода важен автоматизм владения клише, быстрота переключения с одного языка на другой, высокая степень стрессоустойчивости. Для переводчика художественной литературы – наличие творческих способностей, умение облекать слово в образные средства, литературный талант. Для переводчика, сопровождающего деловые переговоры, важен безупречный внешний вид, в то время как для письменного переводчика, работающего дистанционно, данный компонент имиджа не играет столь существенной роли.

Подчеркнем, что свободного владения языками сегодня недостаточно, языковые и речевые компетенции – это скорее основа профессионального

имиджа переводчика, которая дополняется знаниями и владением нормами поведения и этикета, культуры речевого общения, соблюдения принятого делового дресс-кода. Лингвистический интеллект – это способность выражать и интерпретировать мысли. Эмоциональный интеллект – способность осознавать и управлять эмоциями для достижения поставленных целей. Эмоциональный интеллект переводчика включает также стрессоустойчивость, креативность, интуицию, гибкость восприятия, контактность. Культура речи – соблюдение орфоэпических, лексических, грамматических, стилистических, связующих текст элементов и других норм языка. Знание и следование правилам делового этикета, а также внешний вид переводчика – также важные компоненты его имиджа, создающие положительный или отрицательный тип.

Современный рынок переводческого труда отличается конкуренцией и непредсказуемостью, тендерскими условиями, необходимостью убедить клиентов, кому именно можно и нужно доверить выполнение качественной работы в ограниченный, как правило, ускоренный срок. А для этого переводчик должен иметь свое собственное портфолио, где обозначено его образование: важно, где учился переводчик, какой имеет диплом, специализацию по переводу, повышение квалификации, стажировки, дополнительно указывается учеба в наиболее престижных переводческих школах, демонстрация своего облика, подкрепленная фотографией, характеристиками от других заказчиков. Иными словами, в портфолио содержится все, что демонстрирует компетенции и качества, востребованные в данной переводческой деятельности. Поэтому вопросу формирования делового имиджа переводчика уделяется столь пристальное внимание. Трудно добиться профессионального успеха без соответствующего имиджа. А имидж формируется, приобретает и обогащается с опытом работы.

Можно утверждать, что существует прямая зависимость между карьерой и сложившимся имиджем. В качестве примера рассмотрим имидж доцента кафедры теории и практики перевода МГЛУ Плютова Вячеслава Сергеевича. Выпускник переводческого факультета МГПИИЯ (г. Минск), В. С. Плютов закончил курсы переводчиков ООН при МГПИИЯ им. Мориса Тореза (г. Москва). В качестве устного переводчика и переводчика-синхрониста (английский, французский, итальянский языки) принимал участие в многочисленных международных конференциях в Беларуси и за рубежом. Повышал квалификацию в Высшей школе перевода в Париже (Франция), работал в Администрации Президента Республики Беларусь, активно работает переводчиком-синхронистом и передает свой богатый переводческий опыт молодому поколению будущих переводчиков на переводческом факультете и факультете межкультурных коммуникаций в МГЛУ.

Большой вклад в создание позитивного имиджа вносит культура речи, включающая четкую артикуляцию, линейность устной речи, умение сформулировать мысли на родном и иностранном языке, поставленный голос с пониманием, что есть громкость, темп и тембр голоса. Владение деловым этикетом, формулами вежливости, обходительными манерами, соответствующий ситуации внешний вид, приветливость и расположение к коллегам,

подкрепленное невербальными средствами общения и многие другие атрибуты, которые составляют положительный образ любого специалиста, и в особенности того, кто обеспечивает успешную межкузыковую и межкультурную коммуникацию. Сказанное относится и к В. С. Плотову.

На факультете межкультурных коммуникаций уделяется внимание формированию облика будущего переводчика. В период изучения теоретических дисциплин «Введение в специальность: перевод и переводоведение», «Теория перевода» на первом и втором курсах студенты знакомятся с требованиями к устному и письменному переводчику, моральным кодексом переводчика, согласно которому переводчик несет ответственность за качество перевода, гарантирует конфиденциальность информации. При переводе известных политиков переводчик наделен еще и дипломатическими полномочиями, студенты знакомятся с понятием «профессиональный имидж переводчика», под которым понимается внешне ориентированный символический образ профессионала, представляющий собой один из компонентов профессиональной культуры будущего специалиста.

Т. И. Голикова, А. А. Рыбичкая

ПЕРЕДАЧА СОВЕТСКИХ РЕАЛИЙ
НА АНГЛИЙСКИЙ И НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫКИ
(на материале кинофильма «Москва слезам не верит»)

Период существования СССР оставил свое материальное и культурное наследие, до сих пор находящее свое отражение в материальной, политической и бытовой культуре, а также в чертах менталитета народов, ранее входящих в состав Советского Союза. Советский период, наряду с чередой разительных исторических событий, был ознаменован множественными открытиями в сфере науки и техники, образования и культуры, а также появлением новых направлений в искусстве.

Кинематограф как один из самых доступных видов искусства для широкой аудитории дает возможность зарубежному зрителю познакомиться с основными культурными традициями, обычаями народа, увидеть основные тенденции общественной мысли и узнать о стандартных условиях жизни в определенную эпоху. Советский кинематограф предлагает зрителю большое количество качественных кинофильмов, при помощи которых возможно познакомиться с реалиями жизни советского человека. Одной из ярчайших работ советского кинематографа является мелодрама Владимира Меньшова «Москва слезам не верит» (1979), получившая в свое время американскую премию «Оскар» как лучший зарубежный фильм.

Фильм был переведен на английский и немецкий языки, что послужило материалом для исследования особенностей передачи советских реалий на указанные языки. Перед переводчиками была поставлена комплексная задача передачи не только семантики языковых единиц, но и сохранения их национального колорита.