

к любой основе и не придающий полученному слову какой-либо эмоциональной окраски. Например, *der Lehrer* 'учитель', *die Lehrerin* 'учительница', *der Maler* 'художник', *die Malerin* 'художница'. Таким образом, от любого слова в мужском роде, обозначающего профессию или род занятий, можно образовать слово в женском роде. Феминизация в немецком языке распространилась даже на обобщенные группы. Если русскоговорящему человеку привычно слышать обращение «Дорогие студенты», то немецкоговорящий чаще встречается с выражением «*Liebe Studenten und Studentinnen*», которое включает лиц обоих полов. В письменной же речи часто можно встретить сокращенный вариант «*Liebe StudentInnen*». Однако оба данных явления неизбежно ведут к чрезмерному насаждению однокоренных слов в пределах небольших высказываний, что может затруднить их общее восприятие, рассеивая внимание слушателей или читателей.

Таким образом, мы наблюдаем существенные различия в распространенности и употребительности феминитивов внутри разных языковых систем.

## А. Гриневич

### СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ БЕЛОРУССКИХ РЕАЛИЙ В ПОВЕСТИ В. КОРОТКЕВИЧА «ДИКАЯ ОХОТА КОРОЛЯ СТАХА»

В данной работе анализируются особенности семантики 100 белорусских реалий, отобранных методом случайной выборки из повести В. Короткевича «Дикая охота короля Стаха», а также способы их передачи на английский язык в переводе М. Минц.

Семантическая классификация выделенных реалий выглядит следующим образом: 1) государственные / религиозные учреждения (*копны суд, жандармерья*); 2) социальная принадлежность (*шляхцяначка, мужык*); 3) должности, род занятий (*ахмістрыня, лірнік*); 4) транспортные средства (*вазок, валакушы*); 5) учреждения образования (*гімназія*); 6) единицы административного деления (*навет, воласць*); 7) строения и их элементы (*плебанія, прызда*); 8) традиции, обряды, праздники, игры (*краніўныя святкі, ігрышчы*); 9) мифологические, вымышленные персонажи (*Баба Яга, Салавей-Разбойнік*); 10) предметы одежды (*кажух, шнуроўка*); 11) единицы измерения (*дзесяціна, пуд*).

Для передачи выделенных реалий на английский язык использовались традиционные способы их передачи: описательный перевод (*кажух – sheepskin coat; воласць – small district*) – 28 % единиц, подбор функционального аналога (*гімназія – high-school; калядны дзед – Santa Claus*) – 20 %, транскрипция (*дзесяціна – dziesiacina; калдун – kuldoon*) – 15 %, калькирование (*балотная рысь – marsh lynx; «яшчур» – “pangolin” (lizard)*) – 14 %, обобщенный перевод (*жжонка – vodka; вузьшая каралева – a queen*) – 7 %, транслитерация (*вярста – verst; канейка – koreck*) – 5 %.

В 11 случаях реалии при переводе опускались. Например, одного из участников борьбы с «дикой охотой» В. Короткевич называет *салаўём-*

*разбойникам*, сравнивая мужчину, который хорошо умел свистеть, с персонажем восточнославянской мифологии, способным поражать врагов страшным свистом. Опускание этой реалии при переводе не обусловлено нормами английского языка, поэтому, по-нашему мнению, не является адекватным. Реалию *салавей-разбойник* можно было передать на английский язык либо калькированием как *Nightingale the Robber*, либо смешанным способом *Solovei the Whistler-Robber* или *Nightingale the Whistler-Robber*.

Проведенный анализ показал, что при передаче на английский язык белорусских реалий переводчик использует весь спектр способов. Нами выявлены примеры как успешного, так и не вполне удачного перевода. Последние указывают на необходимость тщательного переводческого анализа реалий во избежание переводческих ошибок, которые могут ввести реципиента переводимого текста в заблуждение.

**О. Грицук**

## ТРЕБОВАНИЯ К ПЕРЕВОДУ ТУРИСТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ

При переводе туристических текстов следует учитывать, что они являются рекламными, а значит, у переводчика двойная задача: передать без искажений смысл текста и заинтересовать клиента той страной, местностью или достопримечательностью, о которых идет речь в туристическом проспекте. При этом нельзя забывать и о специфике аудитории, для которой он предназначен.

Что должно быть максимально точным, это перевод информации о менталитете, быте, обычаях и традициях коренных жителей, особенностях национальной кухни, нравах и поведенческих свойствах, например: *This tradition remains today in hallmark dishes like chitterlings (commonly called chit'lins) which are fried small intestines of hogs* ‘Эта традиция сохраняется сегодня в фирменных блюдах: *chitterlings* (обычно называемое *chit'lins*) – свиные рубцы – жареные свиные тонкие кишки’.

Особого внимания требует и тождественность перевода каждого из названий в тексте, недопустима какая-либо интерпретация, а лишь конкретные географические данные, турист должен с легкостью находить требуемые названия в своем путеводителе либо на карте исследуемой местности: *Brno is situated at the crossroads of the D1 (Prague – Brno) and D2 (Brno – Bratislava) motorways* ‘Брно находится на пересечении магистралей D1 (Прага – Брно) и D2 (Брно – Братислава)’.

То же касается описания направлений маршрутов: турист не сможет отыскать требуемое место или промежуточную точку, если перевод инструкции не совпадает с реальными указателями, например: *Exit to Market Street. Walk two blocks south to Howard and turn left* ‘Выйдите на Маркет Стрит (а не ‘Торговая улица’!). Пройдите два квартала на юг к Хауэрду (а не к ‘Говарду’!) и поверните налево’.