Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРНЫЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Сборник материалов Всероссийской студенческой научно-практической конференции

Рекомендовано ученым советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет»

Оренбург
2022

УДК 81’25(06)
ББК 81.18я43
И73

Рецензент – профессор, доктор филологических наук И.Ю. Моисеева

Под общей редакцией:
Елагина Ю.С., кандидат филлогических наук

И73 **Интердисциплинарные аспекты переводческой деятельности**: сборник материалов Всероссийской студенческой научно-практической конференции./ Под общей ред. Елагиной Ю.С.; Оренбургский гос. ун-т. – Электрон. дан. – Оренбург: ОГУ, 2022 – 250 с.

ISBN 978-5-7410-2934-3

За ошибки и неточности в статье ответственность несет автор (авторы).

Конференция была проведена при финансовой поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (соглашение № 075-15-2022-1051 от 01.06.2022) – грант в форме субсидии на реализацию мероприятий, направленных на поддержку студенческих научных сообществ в рамках государственной программы Российской Федерации «Научно-технологическое развитие Российской Федерации» для реализации проекта «Студенческий научный центр «Я.С.Н.О.».

УДК 81’25(06)
ББК 81.18я43

© Коллектив авторов, 2022

ISBN 978-5-7410-2934-3

© ОГУ, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1 «ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» 7

ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ КАК ОДИН ИЗ КОМПОНЕНТОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПЕРЕВОДЧИКА *Васянина М. А.* 8

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ ЛИНГВИСТОВ-ПЕРЕВОДЧИКОВ *Карташова У. Н.* 13

ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ СРЕДСТВ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ И РОЛЬ ПЕРЕВОДЧИКА В ПРОЦЕССЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ОБЩЕНИЯ *Кириченко Ю. В.* 17

РОЛЬ ИНТУИЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРЕВОДЧИКА *Леншина В. В.* 22

ТЕКСТ НА ПРОСТОМ И ЯСНОМ ЯЗЫКАХ: ТРЕБОВАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ *Махмудова Т.С.* 27

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ В РАДИООБМЕНЕ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ *Медуница С. В.* 35

КОНЦЕПТ «СТЕПЬ» КАК ЭЛЕМЕНТ КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ) *Пышкина Н. В.* 41

ЦИТАЦИЯ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ФЕНОМЕНА ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ В ПЕРЕВОДЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ *Рябцева О.А.* 44

ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ КАК ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА *Слободской М. М.* 48

К ВОПРОСУ О ПОЯВЛЕНИИ НЕОЛОГИЗМОВ *Хрипунова Н. С.* 52

СЕКЦИЯ 2 «ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В АСПЕКТЕ НАУК О ЧЕЛОВЕКЕ» 57

КИТАЙСКИЕ ЭВФЕМИЗМЫ КАК ОЦЕНКА ЛИЧНОЙ СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА ПРИ ПЕРЕВОДЕ НА АНГЛИЙСКИЙ И РУССКИЙ ЯЗЫКИ *Абросимова Е. С.* 58

ФИЛОСОФСКИЕ ОСНОВЫ ПЕРЕВОДА *Алагузова К. А.* 62

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ЯПОНЦЕВ НА ПРИМЕРЕ РАССМОТРЕНИЯ ПЕРСОНАЖЕЙ ЯПОНСКИХ АНИМЕ И МАНГА *Зыкова А. А.* 66

К ВОПРОСУ О ПОДБОРЕ ЭКВИВАЛЕНТОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ РЕЛИГИОНИМОВ НА ЯПОНСКИЙ ЯЗЫК *Кижватова Е. О.* 71

ЯЗЫКОВОЕ ЯВЛЕНИЕ BABY TALK *Кустова А. С.* 76

ПРЕЦЕДЕНТНЫЙ ТЕКСТ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ И ТРУДНОСТИ ЕГО ПЕРЕВОДА *Мустафина Д. М.* 81

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ПЕРЕВОДЧИКА *Нигматуллина С. А.* 86

ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЕ ТЕКСТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ: АГРЕССИЯ В СЛОВАХ АВТОРА ИЛИ ПЕРЕВОДЧИКА? *Минко Я. Н., Оверченко Е. С.* 90

СЕКЦИЯ 3 «ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ».....97
ЛЕКСИЧЕСКИЕ ПУЧКИ КАК МАРКЕР ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТИЛЯ ПЕРЕВОДЧИКА (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДОВ РОМАНА «РАССКАЗ СЛУЖАНКИ» НА ПЕРСИДСКИЙ ЯЗЫК) Ахмади *Л.* 98
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОГО ДИСКУРСА *Галстян К. А.*.....108
АКТУАЛЬНОСТЬ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА (НА ПРИМЕРЕ ВИДЕО КАНАЛА «PSYCH2GO») *Кадиева С. С.* 113
СТАБИЛЬНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ЧАСТЕРЕЧНОЙ СХЕМЫ В ПОЭЗИИ ДЖОРДЖА ГОРДОНА БАЙРОНА *Пуккая В. Ю.* 118
СТРАТЕГИИ ФОРЕНИЗАЦИИ И ДОМЕСТИКАЦИИ ПРИ ЭЛИМИНАЦИИ ЛАКУН КОМПЬЮТЕРНОГО ДИСКУРСА *Чуваева Д. Н.*.....124
СЕКЦИЯ 4 «ПЕРЕВОД И ДРУГИЕ ВИДЫ ИСКУССТВА.....128
АНАЛИЗ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПРИ ПЕРЕДАЧЕ КОНТАМИНИРОВАННОЙ РЕЧИ В РАССКАЗЕ А. ЙОДЛЬ «WILD UND FREI» *Александрова Д. Ю.*.....129
ЖАНР СОВРЕМЕННОЙ ЛИТЕРАТУРНОЙ РЕЦЕНЗИИ: ПРЕДПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АНАЛИЗ *Балданова А. Ж.*.....133
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СЛОЖНОСОСТАВНЫХ СЛОВ С НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ *Егорова А. В.* 139
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СЛЕНГА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ НА ПРИМЕРЕ РОМАНА НОРЫ САКАВИЧ «ВСЕ РАДИ ИГРЫ» *Замзина Е. С.*.....143
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ТЕКСТОВ *Квескис М. М.* 149
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПЕСЕН ИЗ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ *Клюканова С. А.*.....154
ПРОЦЕСС АДАПТАЦИИ ПЕСЕН В ФИЛЬМАХ, АНИМАЦИОННЫХ ФИЛЬМАХ И МЮЗИКЛАХ *Копылов Я. В.* 161
РЕАЛИИ В РОМАНЕ Б. ШЛИНКА «ЧТЕЦ»: ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ И ЯЗЫКОВОЙ ЛОКАЛИЗАЦИИ *Павленко Е. Е.*.....165
ПЕРЕВОД СЛЕНГА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ МУЗЫКАЛЬНОГО ЖАНРА *Броцман Д. А.*.....171
ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК ОБЪЕКТ ПЕРЕВОДА (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО БЫТОВОГО АНЕКДОТА) *Сарапулова П. О.* 177
ТРУДНОСТИ ПРЕДПЕРЕВОДЧЕСКОГО ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДОВ ПОВЕСТИ А. И Б. СТРУГАЦКИХ «ПОНЕДЕЛЬНИК НАЧИНАЕТСЯ В СУББОТУ» НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК) *Сытенкова А. Д.* 183
ИСКУССТВО ПЕРЕВОДА И ПЕРЕВОДЧИКА ПРИ ПЕРЕВОДЕ ОБЪЕКТОВ ИСКУССТВА (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДОВ РОМАНА «ДЮНА») *Тищенко А. С.* 188

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПЕСЕН В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ФИЛЬМАХ НА ПРИМЕРЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ КОМПАНИИ DISNEY *Филатова В. В.* 192
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА МНОГОКОМПОНЕНТНЫХ ТЕРМИНОВ В СФЕРЕ АВИАСТРОЕНИЯ *Шукаева Ж. Ж.* 198
ПРОБЛЕМЫ И СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА В НАЗВАНИЯХ ФИЛЬМОВ *Якунчикова В. К.* 205
ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА НЕМЕЦКО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ *Аббазова К. И.* ..211
ЯВЛЕНИЕ «UPTALK» В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ *Бабаскина Е. Е.* 217
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ МЕЖЪЯЗЫКОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В МЕДИАСФЕРЕ *Бодрягина В. Е.* 228
МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОНЯТИЙНОЙ СФЕРЫ «МОДА» В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КАРТИНЕ МИРА *Гвоздарева И. С.* 234
КОМПОНЕНТЫ ВЕРБАЛЬНОГО ИМИДЖА ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ БРЕНДОВ *Муратова Н. А.* 240
ОСОБЕННОСТИ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА НА ПРИМЕРЕ СЕРИАЛА «ОЧЕНЬ СТРАННЫЕ ДЕЛА» *Свиридова А. Е.* 245

Уважаемые коллеги!

В данном сборнике представлены материалы докладов Всероссийской студенческой научно-практической конференции «Интердисциплинарные аспекты переводческой деятельности», проходившей 1-3 ноября 2022 года в Оренбургском государственном университете на базе кафедры теории и практики перевода.

Цель конференции заключалась в привлечении внимания к переводческой деятельности с позиций и подходов разнообразных наук молодого поколения ученых.

Участниками конференции стали бакалавры, магистранты, аспиранты из Оренбурга, Волгограда, Иркутска, Казани, Краснодара, Томска, Челябинска и других городов.

Актуальными дискуссионными проблемами конференции «Интердисциплинарные аспекты переводческой деятельности» стали вопросы как теоретического, так и практического характера. Среди ключевых выделим теоретико-методологические основы переводческой деятельности с особым вниманием к переводческой компетенции, лингвокультурным аспектам подготовки будущих переводчиков, невербальной коммуникации, интуиции в профессиональной деятельности переводчика. В аспекте наук о человеке переводческая деятельность была отражена сквозь призму лингвистики, философии, политики. Условия цифровизации переводческой деятельности рассмотрены в вопросах, посвященных аудиовизуальному переводу, мультипликационному и компьютерному дискурсу, реализации частеречной схемы. Самой дискуссионной секцией конференции стало направление, обсуждающее взаимодействие перевода и других видов искусств. Раздел, посвященный массмедийному дискурсу в системе медиалингвистики, освещает вопросы лингвокультурной специфики текстов рекламного дискурса, переводческих трансформаций в процессе коммуникации в медиасфере, вербальный имидж мировых брендов.

Конференция была проведена при финансовой поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (соглашение № 075-15-2022-1051 от 01.06.2022) – грант в форме субсидии на реализацию мероприятий, направленных на поддержку студенческих научных сообществ в рамках государственной программы Российской Федерации «Научно-технологическое развитие Российской Федерации» для реализации проекта «Студенческий научный центр „Я.С.Н.О.”»

Оргкомитет конференции

СЕКЦИЯ 1 «ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

УДК 81-139.2

ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНЦИЯ КАК ОДИН ИЗ КОМПОНЕНТОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПЕРЕВОДЧИКА

Васянина М. А.
Студент, Оренбургский государственный университет, Оренбург, raspberrysunset@mail.ru

Научный руководитель: Белова Наталья Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. Переводы являются неотъемлемой частью профессиональной деятельности переводчика. В условиях интенсификации научно-технического прогресса, расширения международных связей и развития международного обмена и сотрудничества возрастает потребность в переводе научно-технической литературы, документов, корреспонденции, деловых бумаг, протоколов, договоров и т. д. Из-за сложности и многогранности содержания возникает вопрос, какими профессиональными компетенциями должен обладать переводчик.

Ключевые слова: переводчик, переводческая компетенция, профессиональная компетентность, лингвистический компонент, когнитивный компонент, прагматический компонент, коммуникативный компонент.

TRANSLATION COMPETENCY AS A COMPONENT OF A TRANSLATOR'S PROFESSIONAL COMPETENCE

Vasyanina Maria Andreevna., student, Orenburg State University, Orenburg, raspberrysunset@mail.ru

Research advisor: Belova Natalya Aleksandrovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Translation and Translation Studies, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. Translations are an essential part of a translator's professional activity. With the increasing development of scientific and technological progress, the expansion of international relations and the development of international exchange and cooperation, the need for translation of scientific and technical literature, documents, correspondence, business papers, protocols, contracts, etc. is rising. Due to the complexity and multiplicity of the content, there is a question of what professional competences a translator should possess.

Keywords: translator, translation competency, professional competence, linguistic component, cognitive component, pragmatic component, communicative component.

В настоящее время актуальность перевода определяется тем, что он является важным средством международного общения, а также средством передачи и усвоения знаний и накопленного опыта.

Поэтому переводческая деятельность представляет собой одну из главных форм человеческой деятельности и является одной из самых сложных в области

профессионального общения, а вместе с этим престижной и высокооплачиваемой, из-за чего усиливается конкуренция на рынке труда, и, как следствие, требования работодателей к переводчикам ужесточаются.

В связи с этим, актуальным становится изучение аспектов профессиональной компетентности переводчика, которая включает в себя умения, знания, опыт и навыки, необходимые для качественного выполнения обязанностей специалиста.

Цель работы – проанализировать современные представления о переводческой компетенции как одном из компонентов компетентности переводчика, раскрыть сущность понятий «профессиональная компетентность» и «переводческая компетенция».

На сегодняшний день нет единого мнения о «профессиональной компетентности», каждый ученый по-своему трактует понятие.

В. Р. Веснин описывал профессиональную компетентность как «способность работника качественно и безошибочно выполнять свои функции, как в обычных, так и в экстремальных условиях, успешно осваивать новое и быстро адаптироваться к изменяющимся условиям» [1, 1998: 59]. Дж. Равен Ученый считал, что данное понятие обозначает специфическую способность, необходимую для эффективного выполнения конкретного действия в конкретной предметной области и включающую узкоспециальные знания особого рода, предметные навыки, способы мышления, а также понимание ответственности за свои действия [7, 2002], а А. Г. Пашков же определял «профессиональную компетентность» как «интегральную характеристику деловых и личностных качеств специалиста, отражающую не только уровень знаний, умений и опыта, но и социально-нравственную позицию личности» [6, 2004: 34-35].

Можно сделать вывод, что, в целом, профессиональная компетентность является интегративным качеством специалиста, которое отражает его способность решать проблемы и задачи на основе владения знаниями, умениями, навыками и опытом, приобретенными в процессе профессиональной деятельности в условиях динамичной современной жизни.

Профессиональная компетентность - это набор основных, базовых и специальных компетентностей, каждая из которых состоит из основных, базовых и специальных компетенций.

Что касается компетенции, это совокупность взаимосвязанных элементов (возможностей) субъекта, определяющая его способность осуществлять какую-либо деятельность, решение какого-нибудь вопроса или реализацию какой-нибудь задачи.

В условиях глобализации, развития информационных технологий, возрастания роли иностранных языков в межкультурной коммуникации, проблема совершенствования навыков и умений профессионального перевода приобретает первостепенное значение. Готовясь к будущей карьере, переводчики должны хорошо представлять, какими компонентами переводческой компетенции им следует овладеть.

Понятие, содержание и характер переводческой деятельности и переводческой компетенции рассматривались в многочисленных работах отечественных и зарубежных исследователей.

Л. Л. Нелюбин в Толковом переводоведческом словаре определяет «переводческую компетенцию» как «способность понимания исходного текста и способность создания текста на языке оригинала» [5, 2003], И. Мостицкий, в свою очередь, как «особый набор способностей, знаний и навыков, необходимых для успешного занятия профессиональной

переводческой деятельностью, в зависимости от видов и жанров перевода переводческая компетенция может различаться, но никогда не ограничивается только хорошим знанием языка оригинала и языка перевода» [4, 2005–2012].

Вопросами изучения переводческой компетенции, в частности, занимались так же одни из наиболее известных советских и российских лингвистов-переводчиков, В. Н. Комиссаров и Л. К. Латышев.

В. Н. Комиссаров выделял пять отличительных черт переводческой компетенции, одной из которых, по мнению ученого, является языковая компетенция.

Данная компетенция включает в себя совокупность умений, необходимых человеку для успешного общения на родном или изучаемом языке, знаний об узусе, языковых системах и нормах, а также правильном использовании единиц языка.

Следом В. Н. Комиссаров определяет текстообразующую компетенцию, выражающуюся в навыке строить тексты разного типа с учетом принятых правил и стратегий языков, с которыми взаимодействует переводчик.

Далее ученый говорит о коммуникативной компетенции. Коммуникативная компетенция является одним из ключевых понятий, используемых при оценке уровня владения иностранным языком. Она тесно связана с другими компонентами языкового мастерства и является основой для всех остальных его компонентов.

Переводчик должен быть способен не только четко и правильно выразить свою мысль, но и уметь понять собеседника, т.е. понимать его речь, содержание высказываний, умение организовать свою собственную речь.

Очень важными факторами для успешной переводческой деятельности можно смело назвать организацию психики, начитанность, эрудированность и особенности памяти. Перевод – это сложный умственный процесс, потому требования к личностным характеристикам высоки.

Пятой и последней чертой переводческой компетенцией В. Н. Комиссаров называет техническую компетенцию, отвечающую за необходимые для выполнения переводчиком профессиональной деятельности специфические знания, навыки и умения [2, 2002: 325-329].

Л. К. Латышев разделял переводческую компетенцию на две части: базовую и прагматическую.

В первой части переводческой компетенции лингвист выделил две главные составляющие (концептуальная, технологическая), повсеместно встречаемые как в устном, так и в письменном переводе.

Концептуальная составляющая объединила в себе цели перевода, варьирующие в зависимости от жанра и стиля текста, задачи, решаемые в процессе переводческой деятельности, а также часто возникающие проблемы.

Технологическая составляющая являет собой совокупность основных, базовых, знаний теории перевода.

Прагматическая же часть состоит из знаний, умений и навыков, которые могут быть необходимы переводчику при выполнении какой-то определенной задачи. Здесь Л. К. Латышев определяет специфическую составляющую, отвечающую за владение разновидностями письменного и устного перевода, и специальную составляющую, в которую входит жанровые и тематические возможности переводчика [3, 2005: 12-16].

Подводя итог всему вышесказанному и обобщая классификации Л. К. Латышева и В.Н. Комиссарова, мы получаем следующее:

Переводческая компетенция – это система знаний, умений и навыков, обеспечивающих эффективное овладение иностранным языком в целях получения информации из иноязычного источника и для решения конкретных задач.

Структура переводческой компетенции включает в себя четыре основных компонента: лингвистический, когнитивный, прагматический и коммуникативный.

Лингвистический компонент состоит из нескольких частей.

Это, во-первых, языковая практика, в состав которой входит формирование навыков аудирования, говорения, чтения, письма и перевода, и, во-вторых, языковое образование, включающее в себя преподавание грамматики, чтение и письмо, а также элементы, связанные с культурой речи. Например, это могут быть такие темы, как «Языковая норма», «Современный русский литературный язык», и т. д.

Когнитивный компонент состоит из собственно когнитивных процессов (ощущение, восприятие, память, внимание, мышление и речь) и из когнитивных способностей.

Когнитивные способности – это индивидуальные особенности человека, которые проявляются в различных когнитивных процессах, и от которых во многом зависит успешность выполнения человеком тех или иных видов деятельности.

Прагматический компонент определяет специфику перевода как вида речевой деятельности, направленной на достижение наилучшего результата в условиях общения с иностранным партнером.

В этой связи переводчику приходится решать целый ряд задач, главным из которых является выбор адекватного эквивалента, или переводческой альтернативы – выражения, наиболее полно передающего смысл оригинала.

Коммуникативный компонент в профессиональной деятельности переводчика является одним из важнейших компонентов, который определяет его эффективность в работе.

Коммуникативный компонент включает в себя, в первую очередь, умение слушать, понимать и воспринимать информацию, передаваемую с помощью устного монологического высказывания (рассказ, объяснение, сообщение); умение задавать вопросы, необходимые для организации собственной деятельности и сотрудничества с партнером; умение планировать последовательность действий для достижения результата; умение контролировать процесс и результаты деятельности, оценивать работу.

Таким образом, переводческая компетенция является одним из важнейших компонентов профессионального мастерства переводчика. Она является результатом специальной подготовки специалиста, в процессе которой происходит формирование и развитие его профессиональных умений и навыков, необходимых для осуществления перевода.

Список использованных источников

1. Веснин В.В. Практический менеджмент персонала: пособие по кадровой работе, М., Юрист, 1998.

2. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. Учебное пособие. – М.: ЭТС, 2002.

3. Латышев Л.К. Технология перевода: Учеб, пособие для студ. лингв, вузов и фак. – М.: Издательский центр «Академия», 2005.

4. Мостицкий И. Универсальный дополнительный практический толковый словарь, 2005–2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rus-mostitsky-universal-dict.slovaronline.com/ (дата обращения: 18.10.2022)

5. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. – М.: Флинта. Наука, 2003.

6. Педагогика профессионального образования: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Е.П. Белозерцев, А. Д. Гонеев, А. Г. Пашков и др.; Под. ред. В. А. Сластёнина. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 368 с.

7. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация/Пер. с англ. – М., «Когито-Центр», 2002. – 396 с.

УДК 81-13

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ ЛИНГВИСТОВ-ПЕРЕВОДЧИКОВ

Карташова У. Н.
Студент, Оренбургский государственный университет, Оренбург, art.ulyana@mail.ru

Научный руководитель: Белова Наталья Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. В данной статье рассматриваются лингвокультурные аспекты подготовки в процессе обучения в высших учебных заведениях лингвистов-переводчиков. А также важность соответствующего качества данного вида подготовки, методы, с помощью которых её можно осуществить. Анализируются лингвокультурные аспекты подготовки с целью получения умения верно и в полном объеме воспринимать различного рода информацию, понимать и интерпретировать её. Представляются требования, которые включаются в лингвокультурную компетенцию.

Ключевые слова: профессиональная компетентность, лингвокультурологическая подготовка, лингвокультурологическая компетенция, переводчик, система ценностей, культурный компонент значения.

LINGUISTIC AND CULTURAL ASPECTS OF THE TRAINING OF LINGUISTS-TRANSLATORS.

Kartashova Uliana Nikolaevna, student, Orenburg State University, Orenburg, art.ulyana@mail.ru

Research advisor: Belova Natalya Aleksandrovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Translation and Translation Studies, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. This article discusses the linguistic and cultural aspects of the training of linguists-translators in the process of studying at higher educational institutions. And also the importance of the appropriate quality of this type of training, the methods by which it can be carried out. The linguistic and cultural aspects of training are analyzed in order to gain the ability to correctly and fully perceive information, understand and interpret it. The requirements that are included in the linguistic and cultural competence are presented.

Keywords: professional competence, linguistic and cultural education, linguistic and cultural competence, translator, system of values, cultural component of meaning.

В современном мире, характеризуемом большим количеством межкультурных и межъязыковых коммуникаций, обусловленных процессом глобализации и усилением интеграционных процессов, совершенно очевидна потребность общества в переводчиках.

Более того, с каждым днем увеличивается количество сфер, требующих специалистов по переводу. Список этих сфер включает в себя не только сериалы, фильмы

и художественную литературу, но и международные переговоры различных уровней, начиная от компаний и заканчивая государственными структурами, медицинскую и техническую литературу (ошибки в переводе которых могут оказать серьёзный ущерб), а также различные документы, медиатексты и многое другое. И именно компетенция переводчика, а также его способность верно интерпретировать получаемую информацию определяют успешность коммуникации представителей разных культур. Из этого следует, что перед обществом встаёт острый вопрос о качестве подготовки лингвистов-переводчиков и её методах.

Однако переводческая деятельность – крайне сложный процесс, требующий широкого кругозора и обширной базы знаний переводчика. Вместе с тем помимо необходимости глубокого понимания правил и норм переводящего и исходящего языка, существует необходимость глубокой включенности переводчика в культуру переводящего языка.

О нерушимой связи языка и культуры известно уже многое время. Ещё американский лингвист Эдуард Сепир отмечал: «язык не существует и вне культуры, т. е. внесоциально унаследованной совокупности практических навыков и идей, характеризующих наш образ жизни» [5, 1993: 185]. Исходя из этого утверждения можно сделать вывод о том, что игнорирование этого фактора неизбежно приведет к снижению качества перевода. Ведь «путь от реального мира к понятию и далее к словесному выражению различен у разных народов, что обусловлено различиями истории, географии, особенностями жизни этих народов и, соответственно, различиями развития их общественного сознания», и без этих знаний переводчик не сможет понять смысл, заложенный в оригинальном произведении, будь то политическая речь или фраза из истории для детей [6]. И действительно, только для переводчика, имеющего лингвокультурную специализацию, доступен осознанный подбор наиболее подходящего эквивалента, который в максимально возможном объеме передаст смысл, заложенный автором в оригинале.

В то же время при подготовке лингвистов-переводчиков особое внимание требуется уделить именно этой несомненно важной компетенции, поскольку помимо того, что при ее построении студенту необходимо воспринять информацию из совершенно разных областей, а также систематизировать её соответствующим образом. Однако гораздо важнее, что такая подготовка неизбежно будет обуславливаться «необходимостью перестройки мышления» и сопровождаться определенного отказом от собственного «я» и приспособления к другому видению мира [6]. Таким образом, перед преподавателями высших учебных заведений стоит задача наиболее эффективно организовать процесс формирования видения новой картины мира и процесс наложения новой картины мира на старую. Иными словами, по окончанию подготовки лингвист-переводчик становится личностью на рубеже культур, способной, учитывая все аспекты, присущие различным культурам, наладить продуктивную коммуникацию людей, принадлежащим к разным культурам.

Этим вопросом задавалось большое количество исследователей. Существует несколько методов лингвокультурологической подготовки.

Первый метод заключается в воспитании вторичной языковой личности, под которой понимается «совокупность способностей человека к иноязычному общению на межкультурном уровне» [2, 2000: 45]. Этот комплексный процесс включает в себя формирование вторичного когнитивного сознания и концептуальной картины мира [7]. Более того, развивая мысль о взаимосвязи культуры и языка, Берт Питерс утверждает, что уже в самом языке содержится информация о культурных ценностях. Предложенная Питерсом модель этнолингвистических направлений предполагает работу в 6 направлениях (этнолексикология, этнофразеология, этносинтаксис, этнориторика, этнопрагматика и этноаксиология) и также может использовать при обучении лингвистов-переводчиков лингвокультороло гии.

Нельзя не упомянуть также и о том, что при подготовке необходимо обратить внимание на то, что вторичная языковая личность переводчика будет отличаться от языковой личности носителя языка хотя бы тем, что у переводчика она будет характеризоваться сниженной категоричностью. Лингвисту-переводчику необходимо уметь воспринимать информацию объективно, даже если она может показаться ему неприятной, обманчивой или любой другой. Безусловно, в общении вне рамок переводческой деятельности эта особенность будет раскрываться не так ярко, как в процессе перевода.

Однако для переводчика необходимыми являются не только знания о том, как различные явления представлены в разных культурах, но и о том, как эти явления вписаны в различные контексты. Крайне важным умением представляется и умение понимать контексты при подборе вариантов перевода.

Исходя из вышесказанного выделяют второй подход, который заключается в приобретении неотъемлемой части распознавания контекста – фоновых знаний. Остановимся на определении. Термин «фоновые знания» является переводом термина "Background knowledge" с английского. В работах таких ученых, как В. Гудикунст и Й. Ким, Р. Сколлон и С. Вонг Сколлон и других, этот термин обозначает совокупность знаний о мире [8]. Основываясь на этих работах, можно сделать вывод, что фоновые знания нельзя назвать научно систематизированными. Они могут содержать не только объективную информацию, но и стереотипы, сложившиеся в культуре на протяжении всего её развития, а также противоречия, появившиеся под влиянием истории или других факторов. Это подтверждает понимание фоновых знаний И. В. Гюббенетом. В его работах звучит следующее определение: фоновые знания – это социально-культурный фон, характеризующий воспринимаемую речь [3].

Фоновые знания условно можно разделить на несколько типов:

- Историко-культурные фоновые знания. Знание их необходимо не только для понимания отсылок, метафор и стереотипов, но и для понимания какого-либо текста в целом. Например, если переводчик встретит текст про историческое событие, которое ему незнакомо, он может не считать ни общего, ни глубинного смысла.
- Социокультурный фон. Говоря о социокультурном фоне нельзя не отметить важность понимания значения невербальной коммуникации. Различные жесты, в разных культурах могут иметь противоположное значение. Так, для представителей России и многих стран Европы покачивание головы из стороны в сторону означает отказ, тогда как для представителей Болгарии, Греции и Индии – согласие.
- Этнокультурный фон. Он включает в себя национальные праздники, традиции и быт. Так при переводе текста о праздновании Нового года стоит помнить, что носителям английского языка необходимо пояснение о том, какой именно праздник имеется в виду.
- Семиотический фон. Глубокая погруженность лингвиста-переводчика в семиотический фон позволит избежать серьёзных фактических ошибок. Например, в английском языке встречается следующее название для двадцати долларовой купюры – “Jackson”. Переводчику, который знает о том, что это обусловлено изображением портрета президента Эндрю Джексона, не нужно будет делать особых усилий, чтобы осуществить перевод.

Третий подход заключается в непосредственном усвоении ценностей другой культуры. Так Воробьев Владимир Васильевич определяет лингвокультурологию как «знание идеальным говорящим-слушающим всей системы культурных ценностей, выраженных в языке» [1, 2008: 74]. Нельзя приуменьшить важность знания ценностей, ведь ценности и определяют культуру. Они являются ядром, и уже настолько привычны носителям языка, что неотделимы от их речи. Именно поэтому лингвисту-переводчику необходимо приложить все усилия, чтобы приблизиться к такому же уровню считывания культурных ценностей, поскольку при коммуникации люди считывают информацию

исходя из своей картины мира, что в свою очередь может создать препятствие в общении, а первоочередная задача переводчика – подобные препятствия преодолевать.

Самым эффективным способом усвоения культурных ценностей является обучение на протяжении всего времени на базе аутентичных материалов, а также чтение литературы на изучаемом языке. Именно в литературе сохраняется весь пласт культурных ценностей, а также благодаря ей можно проследить изменения в обществе. Более того, культурные ценности представлен там в контексте, через речь и мысли различных персонажей, что в свою очередь позволяет усваивать данные ценности постепенно и системно. В то же время, чтение литературы для достижения данной цели подразумевает использование проблемно-поисковый метод и метод сопоставительного анализа. Таким образом, лингвист-переводчик приобретает такие необходимые качества, как критическое мышление, умение анализировать и сопоставлять информацию.

Подводя итог всему вышесказанному, подготовка лингвистов-переводчиков должна быть систематичной и включать в себя многогранные лингвокультурологические аспекты. Игнорирование же данных аспектов приведет к неумению специалистов по переводу верно интерпретировать информацию и находить эквиваленты и иные способы передачи смысла.

Список использованных источников

1. Воробьев В.В. Лингвокультурология. – М.: РУДН, 2008. – 336 с.
2. Гальскова Н. Д. Современная методика обучения иностранным языкам: пособие для учителей. М.: АРКТИ, 2000. 165 с.
3. Гюббенет И.В. Г99 Основы филологической интерпретации литературно-художественного текста. - М.: Изд-во МГУ, 1991. – 205 с.
4. Питерс Б. Прикладная этнолингвистика – это лингвокультурология, но лингвокультурология ли? // Жанры речи. – 2017. – № 1(15). – С. 37-50
5. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Э. Сепир. – М.: «Прогресс», 1993. – 656 с.
6. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация [Электронный ресурс]– Режим доступа: http://www.ffl.msu.ru/research/publications/ter-minasova-lang-and-icc/ter-minasova-yazik-imkk-BOOK.pdf (дата обращения: 22.10.2022)
7. Халеева И.И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи. – М.: МГЛУ, 1989. – 210 с.
8. Gudykunst W. B., Kim Y. Y. Communication with strangers: an approach to intercultural communication. N. Y.: McGraw-Hill, 1997. 442 c; Scollon R., Scollon S. Wong. Intercultural Communication: a Discourse Approach. 2nd ed. Maiden Mass: Blackwell, 2001. 316 p.

УДК 811.372.8

ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ СРЕДСТВ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ И РОЛЬ ПЕРЕВОДЧИКА В ПРОЦЕССЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ОБЩЕНИЯ

Кириченко Ю. В.
Студент, Оренбургский государственный университет, Оренбург, u.kirichenko2002@gmail.com

Научный руководитель: Белова Наталья Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. В данной работе был изучен вопрос о трудностях перевода средств невербальной коммуникации. Была поставлена задача – выявить, какие трудности коммуникации может создать неверный перевод языка жестов.

В статье рассматривается неверная интерпретация средств невербальной коммуникации, которая может привести к коммуникативной неудаче.

Материалом для исследования послужили работы Дэвида Льюиса (David Levis) «The Secret Language of Success: How to Read and Use Body-Talk» (1989), Собольникова В.В. «Невербальные средства коммуникации» (2018).

Ключевые слова: культура, невербальные средства коммуникации, язык жестов, коммуникативная неудача, межкультурная коммуникация.

PROBLEMS OF STUDYING THE MEANS OF NONVERBAL COMMUNICATION AND THE ROLE OF THE INTERPRETER IN THE PROCESS OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

Kirichenko Julia Vladimirovna, student, Orenburg State University, Orenburg, u.kirichenko2002@gmail.com

Research advisor: Belova Natalya Aleksandrovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Translation and Translation Studies, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. In this work, the issue of the difficulties of translating non-verbal communication means was studied. The task was to identify what communication difficulties can create an incorrect translation of sign language. The article discusses the misinterpretation of the means of non-verbal communication, which can lead to communication failure.

The material for the research was the work of David Lewis "The Secret Language of Success: How to Read and Use Body-Talk" (1989), Sobolnikov V.V. "Non-verbal means of communication" (2018).

Keywords: culture, non-verbal means of communication, sign language, communicative failure, intercultural communication.

В 21 веке стремительно развиваются коммуникации между представителями разных культур. В следствии чего возрастает потребность в необходимости владеть иностранным языком. Однако, многие люди забывают про важность невербальных

средств общения, что приводит к коммуникативной неудаче. Чтобы это предотвратить необходимо изучить как жесты, мимика и форма одежды влияют на коммуникативный успех.

Термин «культура» обозначает сочетание людских знаний, убеждений и норм поведения, которые мы перенимаем, а затем передаем будущим поколениям. У каждого народа есть своя уникальная культура, традиции и обычаи. Все они сопровождаются не только словесно, но и посредством языка жестов. Каждый жест, выражение лица или цвет имеют свое особое значение. По мнению Н.В. Тимко [4]: «Оценочные высказывания, такие как «Бескультурье!», «Дикость!» и т.п., и понимание культуры как сферы исключительно чего-то духовного представляют собой нечто иное, чем понятие «культура» в лингвистике.

Культура является ключом к пониманию и изучению языка, так как в основе языковых структур лежат структуры социокультурные [3].

Развитие культуры во многом происходит за счет коммуникации между ее представителями. Психологи сошлись во мнении, что лишь 30-40% информации передается вербально. Остальная же часть – посредством использования невербальной коммуникации.

Стоит уточнить, что говоря о невербальных средствах коммуникации, таких как жесты, мимика, пантомимика и т.д. необходимо так же учитывать использование территории и пространства, т.е. организацию быта и разные трактовки прикосновений.

Существуют, однако, и универсальные средства невербальной коммуникации. Например, направление движения «направо» или «налево» представители разных народов в большинстве случаев покажут одинаково. А вот уже ставший международным североамериканский жест «ОК» представитель азиатской культуры может принять за «деньги».

В книге доктора Дэвида Льюиса (David Lewis) «The Secret Language of Success: How to Read and Use Body-Talk» (1989) [6] приводится классификация средств невербальной коммуникации на основе их предназначения.

К первому типу он относит жесты-символы. Например, постукивание ребром ладони по шее сзади – «вот где ты у меня сидишь». Сложность перевода таких жестов заключается в национальной специфике. Так, чтобы показать самоубийственность американец приставит два пальца к виску, а японец сделает быстрое движение рукой сжатой в кулак. Поднятый вверх палец означает что «все хорошо», при автостопе он используется чтобы остановить машину, а в Нигерии и Австралии является серьезным оскорблением. Другая трудность при переводе возникает из-за того, что для обозначения какого-либо понятия используется определенный символ, существующий только в данной культуре и вовсе отсутствующий в другой. Например, чтобы подозвать к себе человека в Египте необходимо выполнять движение к себе всей ладонью, выставленной тыльной стороной вниз, а чтобы показать, что человеку пора уходить следует выполнять это же движение кистью, но уже от себя.

Ко второму типу относятся жесты-иллюстраторы. Они используются чтобы подчеркнуть наиболее важные моменты коммуникации и помогают запомнить ее. Темперамент человека сильно влияет на интенсивность таких жестов и если она разная, то возможно появление неловкости между собеседниками.

К жестам-иллюстраторам относят указания на предмет, описание его размера и формы. Например, просьбы «открой окно» или «подай мне …» чаще всего сопровождаются жестами. При переводе таких жестов стоит обратить внимание на территориальный фактор. Например, жители Центральной Европы гораздо менее интенсивно используют жесты, чем жители Средиземноморья.

К третьему типу Дэвид Льюис (David Lewis) относит жесты-регуляторы. Чаще всего они используются в начале и в конце беседы. Самый популярный из них-рукопожатие. Оно может использоваться не только при встрече, но и при заключении

соглашений. Качество рукопожатия играет ключевую роль в успехе коммуникации. Влажные и холодные руки свидетельствуют о волнении, а очень сухие-о безразличии. Рукопожатие, в котором участвуют обе руки, при этом правая пожимает руку собеседника, а левая охватывает ее с противоположной стороны следует использовать только если установлены неформальные дружеские отношения.

Прикосновения также имеют особое значение. Ученые называют это тактильным поведением. Кандидат филологических наук Татьяна Борисовна Фрик выделяет два категории стран: контактные, в которых люди часто прикасаютя друг к другу, и дистантные, где люди предпочитают держать дистанцию. Так, представители Южной Европы часто прикасаются друг к другу во время разговора. Это показывает заинтересованность в беседе и уважение собеседника. Но в странах Восточной Азии подобные жесты вызовут иные чувства. Для представителей этих стран прикосновение во время разговора выражает агрессию и недружелюбие.

К четвертому типу относятся жесты-адаптаторы. Такие жесты часто следуют за нашими эмоциями и проявляются во время волнения или стресса. Это, например, скрещенные на груди руки, закидывание ноги на ногу, постукивания пальцами по поверхности чего-либо.

Существует и другая классификация средств невербальной коммуникации. Доктор филологических наук И.Н. Горелов выделяет фонационные, мимико-жестовые, пантомимические и смешанные компоненты коммуникации.

- К фонационным он относит тембр голоса, устойчивые интонации, громкость, заполнение пауз.
- Мимико-жестовые компоненты- это жесты, мимика лица, артикуляция, амплитуда.
- К пантомимическим компонентам относятся походка, осанка, поза, моторика всего тела.

Жесты являются одним из основных способов межкультурной коммуникации. Однако представители разных культур могут понимать один и тот же жест по-разному. Например, почесывание подбородка в России показывает, что человек о чем-то задумался. Это привычный для нашей страны жест, которой не несет в себе негативное послание, но у француза или бельгийца создастся впечатление, что вы настроены крайне агрессивно.

Значения многих жестов в разных странах связаны с их историей, они называются культурно-ситуативными. Известный всем жест «Победа» или «Victory», который показывают указательным и средним пальцем может иметь негативную окраску, если при его выполнении ваша ладонь повернута к себе. Оскорбительным такой жест считается в Англии и Франции. Это связано со столетней войной. Существует несколько версий почему так произошло.

Первая версия гласит, что английские лучники, славившиеся своей меткостью всегда побеждали французских рыцарей. Тогда во французской армии появился жестокий указ отрезать английским стрелкам указательный и средний палец. Англичане стали показывать эти два пальца французам и напоминать им об их поражении.

Вторая версия отрицает факт отрубания пальцев. Французы лишь пригрозили это сделать, но битва при Азенкуре завершилась поражением Франции и англичане победно вскидывали два пальца, дразня этим проигравших.

Еще одним важным способом межкультурной коммуникации является цвет. Каждая культура воспринимает цвета по-разному и переводчику необходимо правильно их трактовать.

Так, красный цвет для представителей культуры Дальнего Востока является символом любви, удачи и праздника, а вот для народов Южной Африки это цвет смерти и скорби. У европейцев красный-это цвет жертвенности и греха.

Синий цвет в Китае является символом бессмертия, а в Иране-цветом скорби. В США синий цвет означает смелость и мужественность, вот почему этот цвет присутствует на их флаге.

Желтый цвет в большинстве культур символизирует лето и солнце, радость и счастье. Однако в Китае такой цвет предназначен только для членов императорской семьи, и является цветом власти и богатства.

Зеленый цвет воспринимается американцами как цвет безопасности и здоровья, китайцами-как символ предательства, а во Франции он символизирует преступность.

Значение цвета очень велико и может сыграть главную роль в проведении переговоров. Испанская фирма договорилась с Мексикой о продаже большой партии пробок для шампанского, но имела неосторожность покрасить их в бордовый цвет, который оказался в мексиканской культуре цветом траура, – и сделка сорвалась [3].

Поза и осанка также могут о многом рассказать. Наука, изучающая их называется кинесикой. «Кинесика представляет собой совокупность жестов, мимики, поз, телодвижений, которые используются в коммуникации как дополнительные выразительные средства общения» [5].

По осанке легко определить характер человека и его готовность к коммуникации. Так, расслабленная поза и хорошая осанка свидетельствуют об открытости к общению и доверии. Неподвижное положение тела и напряженность говорят о том, что человек хочет поскорее прекратить коммуникацию, отстраниться, также это показывает, что такой человек очень чувствительный и стеснительный. Сутулая спина является показателем покорности человека.

Поза, в которой человек опирается на стол, стул и т.д, при этом поддерживая верхнюю часть тела говорит о том, что он «слабо стоит на ногах» и нуждается в поддержке. «При общем напряжении, спокойном и уверенном поведении, прямой осанке тела и головы: тенденция к дальнейшему приобретению силы или упорства для какого-либо действия при глубоко лежащей неуверенности, возможно, из-за угнетенного настроения» [2]. А вот поза, в которой человек опирается руками на бедра наоборот свидетельствует о его силе и уверенности.

Глаза-зеркало нашей души. Именно глаза помогают определить настроение человека. Цвет радужки, величина зрачков, продолжительность взгляда и его направление-все это влияет на общее впечатление о человеке.

Направление взгляда: если человек смотрит на область глаз и переносицы, значит он настроен поддержать рабочую атмосферу во время разговора. Взгляд на глаза или губы говорит о том, что собеседник настроен дружелюбно и намерен непринужденно общаться. А взгляд в глаза, опускающийся ниже-до груди, свидетельствует о том, что человек к вам неравнодушен. Но стоит учитывать культурные различия. Например, в Японии неприлично смотреть на область шеи или прямо в глаза. На Северном Кавказе и в арабских странах женщина должна опускать глаза, общаясь с мужчиной, выражая таким образом покорность и скромность. На Западе взгляд в сторону «говорит» об отстраненности от беседы или о неискренности собеседника.

Продолжительность взгляда зависит от степени близости людей: увидев незнакомца, человек, как правило, отводит взгляд. Пристально смотреть в России считается неприличным и некомфортным. Долгий взгляд может восприниматься как вызов или быть знаком симпатии, если смотрит человек противоположного пола.

Человек не может контролировать величину своих зрачков, поэтому скрыть истинные намерения не получится. От радости зрачки расширяются и показывают доверие к собеседнику, а суженные зрачки сигнализируют о том, что человек настроен враждебно.

Рассмотрим подробнее практическое применение невербального общения. Люди, имеющие физические ограничения используют язык жестов чтобы донести свои мысли до

окружающих. Стоит заметить, что языки жестов в разных странах существенно отличаются.

Американский жестовый язык – «Амслен» (American Sign Language, англ. ASL) используется в основном в США и англоговорящей части Канады. В других англоговорящих странах у людей, использующих этот язык, могут возникнуть определенные трудности. Это связано с различиями в диалектах. Так, в британском языке используют одну руку, чтобы показывать жесты, а в американском – две.

Русский жестовый язык распространен в странах СНГ. Он имеет собственную грамматику, лексику и морфологию, а так же содержит элементы американского, французского и австрийского языков жестов.

Существует также международный язык жестов – IS (International Sign). Это упрощенный жестовый язык, используемый на международных мероприятиях, таких как конференции Всемирной федерации глухих и Сурдлимпийские игры. Например, интернациональный жест «мы вас (тебя) любим» можно показать так: поднятые вверх большой, указательный пальцы и мизинец одной руки.

Квалифицированные переводчики используют не только жестовую речь, но и дактилологию (своеобразная форма речи, воспроизводящая посредством пальцев рук орфографическую форму слова речи), а также чтение с губ или письма.

Результаты проведенного исследования сводятся к следующим выводам: 1) при переводе невербальной лексики всегда необходимо учитывать национально-культурную специфику. Именно от нее зависит успех межкультурной коммуникации; 2) язык жестов, мимика и язык тела важны при проведении межкультурной коммуникации, но также необходимо обращать внимание на цвет одежды, позу человека и его взгляд, который зависит от многих факторов; 3) национально-культурные рамки влияют на невербальную коммуникацию, и появляются уникальные жесты, присущие только конкретной культуре. Их перевод может зависеть от исторического фактора.

Список использованных источников

1. Гетьманенко Н.И. «Невербальные средства общения: трудности перевода в иной культурной среде» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/neverbalnye-sredstva-obscheniya-trudnosti-perevoda-v-inoy-kulturnoy-srede (дата обращения: 23.10.2022)
2. Собольников В. В. Невербальные средства коммуникации: учебное пособие для прикладного бакалавриата / В. В. Собольников. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 164 с.
3. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / Тер-Минасова С. Г. – Москва : Издательство Московского государственного университета, 2008. – 352 с.
4. Тимко Н. В. Фактор «культура» в переводе / Н.В.Тимко. Курск. гос.ун-т. – 2-1 изд., дополн. – Курск: Курск.гос. ун-т, 2007. – 161 с.
5. Фрик Т.Б. Ф887 Основы теории межкультурной коммуникации: учебное пособие / Т.Б. Фрик; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 100 с.
6. Lewis D. The Secret Language of Success: How to Read and Use Body-Talk (1989). London and NY: Bantam Press, 1989.

УДК 81-139.1

РОЛЬ ИНТУИЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРЕВОДЧИКА

Леншина В. В.

Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, veronika.lenshina@gmail.com

Научный руководитель: Белова Наталья Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. В статье рассматривается роль интуиции в профессиональной деятельности переводчика. Проводится обзор факторов, с которыми связана интуиция в процессе перевода. Анализируется процесс изменения интуиции со временем и раскрывается характер интуиции. Обсуждается роль интуиции в рамках переводческой компетенции. Предоставляются возможные стратегии перевода, основанные на интуиции. Выявляется связь интуиции с другими межкультурными когнитивными навыками. Объясняется актуальность роли интуиции при принятии переводческих решений с точки зрения психологических, когнитивных, физиологических и социальных сфер.

Ключевые слова: перевод, интуиция, переводческая компетентность, навыки, исследование.

THE ROLE OF INTUITION IN THE PROFESSIONAL WORK OF AN INTERPRETER

Lenshina Veronika Veniaminovna, student, Orenburg State University, Orenburg, veronika.lenshina@gmail.com

Research advisor: Belova Natalya Aleksandrovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Translation and Translation Studies, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. This article examines the role of intuition in the professional work of a translator. An overview is given of the factors that intuition is connected to in the translation process. The process of intuition change over time is analysed and the nature of intuition is revealed. The role of intuition within translation competence is discussed. Possible translation strategies based on intuition are presented. The link between intuition and other intercultural cognitive skills is revealed. The relevance of the role of intuition in translation decision making from the psychological, cognitive, physiological and social spheres is explained.

Keywords: translation, intuition, translation competence, skills, research.

С теоретической точки зрения наиболее значимыми трудами по интуиции в деятельности переводчика являются работы В. Вилссу [1, 2013: 13]. Исследователь трактует интуицию переводчика как некую способность, с применением которой проблемы можно решать, не базируясь на рассуждениях, основанных на логике, а сами решения при этом могут быть, как верными, так и не верными. Решение, основанное на интуиции, это некий ответ на какую либо ситуацию. В ходе подготовки специалистов – переводчиков это достигаемо по средствам текстов с одинаковыми выражениями, но расхожим смыслом, когда нельзя применить одинаковое значение во всех случаях. Работа со словарями может способствовать развитию интуитивных способностей переводчика,

так как в них предлагаются разнящиеся варианты перевода, что толкает переводчика к необходимости принятия решений, но в этом случае отмечается частая ошибка, когда вместо того, чтобы применить свои интуитивные навыки, переводчик просто применяет первый из предложенных вариантов перевода.

Перевод – это комплексная дисциплина с сильной практической направленностью, и очень важно совершенствовать способности переводчиков, которым необходимо учиться на протяжении всей жизни, постоянно выходить за рамки себя и объединять национальные и западные исследования в одно целое, чтобы развить способность не теряться в многочисленных факторах, влияющих на перевод, чтобы различать приоритеты, различать правду и ложь, понимать общую ситуацию, уметь проводить конкретный анализ в соответствии с конкретными ситуациями и формулировать соответствующие стратегии перевода. Переводчикам новой эпохи необходимы как метафизические философские навыки мышления, так и метафизические конкретные навыки работы и интуиция в этом процессе играет одно из первостепенных значений.

В настоящее время теоретические исследования в области перевода достигли большого прогресса, и в целом они охватывают такие аспекты, как переводимость, эстетика, принципы и стандарты перевода. Однако теория научно-технического перевода все еще не завершена и не систематизирована, остается много вопросов, требующих глубокого изучения, и в основном имеются точки зрения и обобщения опыта по каждому конкретному случаю.

С развитием исследований о статусе и функции переводчика, интуиция переводчика заслуживает особого внимания. Некоторые ученые пытались определить интуицию переводчика, но результаты очень абстрактны. Это и субъективность переводчика - и самовыражение переводчика в процессе перевода для достижения цели перевода, которое в основном характеризуется культурной осведомленностью и эстетическим творчеством переводчика [2, 2018: 192]. Интуиция переводчика может быть истолкована как творчество переводчика в условиях ограничений, накладываемых внешними факторами, другими участниками перевода и видением переводчика.

Интуиция переводчика связана с целым рядом взаимодействующих факторов, таких как национальность, пол, класс, род занятий, политическая и экономическая система, традиции. Эти факторы влияют на весь процесс мышления переводчика при переводе, например, видение переводчика, его предрассудки и склонности, которые оказывают влияние на выбор стратегии перевода [3, 2019: 394].

В частности, в процессе перевода переводчики иногда отдают предпочтение культуре исходного языка, а иногда – культуре языка перевода, что обусловлено различными тенденциями и базируется на интуиции. Однако, хотя переводчик в первую очередь должен соблюдать цель перевода, его могут сдерживать внешние факторы, такие как опыт, возраст. Иррациональные факторы, такие как вдохновение, интуиция и подсознание, значительно влияют на процесс перевода. Кроме того, восприятие переводчиком внешней среды меняется со временем, поэтому один и тот же текст может быть переведен в разных вариантах с течением времени. Культурные потребности переводчика также влияют на выбор стратегии перевода. Язык, содержание, тип исходного текста и задача перевода – все это важные внешние факторы, влияющие на субъективность перевода и они, в свою очередь, могут быть сопряжены с применением интуиции. В то же время отношения между авторами, переводчиками и читателями также оказывают влияние на перевод. Переводчики должны принимать во внимание внутренние и внешние факторы, влияющие на субъективность, чтобы разрабатывать соответствующие стратегии перевода.

Заимствованные слова, также известные как «иностранные слова» или «заимствования», – это слова, которые язык заимствовал из другого языка, и они возникают при языковом контакте в результате взаимодействия между народами. Обычные стратегии перевода заимствованных слов включают прямой перевод,

фонетический перевод и даже прямое цитирование, все они могут основываться на интуиции.

Что касается лексики субтехнических слов, то, согласно определению Тримбла, субтехнические слова – это слова, которые используются с высокой частотой в различных дисциплинах и зависят от контекстуального значения. Эти слова используются как в общем, так и в техническом языке и имеют как общеупотребительные, так и технические значения, а некоторые из них даже имеют разные значения в разных дисциплинах [11]. Из-за многозначности субтехнических слов переводчики также должны знать о внутренних и внешних факторах, влияющих на процесс перевода.

Цель переводчика состоит в том, чтобы смысл слова был полностью понятен читателю на языке перевода, который также является подсознанием переводчика.

При переводе субтехнических слов интуиция переводчика находится под влиянием и обусловлена такими внешними факторами, как цель, ориентация и подсознание.

Субъективность и интуиция переводчика находится под влиянием и ограничением внутренних и внешних факторов при переводе всех типов терминов и моделей предложений. Поэтому при переводе терминов и предложений речь идет не просто о прямом переводе, переводчику необходимо учитывать множество внутренних и внешних факторов, чтобы сформулировать подходящую стратегию перевода.

Анализируя перевод терминов и предложений, можно подчеркнуть важную роль, которую играют внутренние и внешние факторы, связанные с интуицией переводчика, такие как содержание, время и условности, в научно-техническом переводе, что в очередной раз подтверждает применимость и целесообразность роли интуиции переводчика в изучении теории и практики научно-технического перевода.

Роль интуиции переводчика в переводческой практике очевидна: чем выше компетентность и уровень интуиции переводчика, тем выше качество перевода. Это и банально, и, казалось бы, естественно.

Переводческая компетентность и интуиция меняется со временем и носит в значительной степени социальный характер, в то время как субъективно интуиция отдельных переводчиков развивается постепенно, улучшаясь с опытом. Двуязычие и знание культуры необходимы для переводческой деятельности в любую эпоху и называются эфемерными переводческими компетенциями. Другие компетенции, такие как умение использовать переводческое программное обеспечение и получать информацию в Интернете, были добавлены со временем и называются компетенциями совместного перевода. Например, профессиональные знания классифицируются как общая компетенция не потому, что они не требовались в древние времена, а потому, что они больше нужны и ценятся в современном обществе.

Билингвизм – это ключ к пониманию процесса перевода, потому что конкретные слова работают только в рамках той или иной культуры. Культурные знания включают знание культуры исходного языка и знание культуры языка перевода. В узком смысле это понятие относится, прежде всего, к убеждениям, ценностям, обычаям и образу жизни страны или региона, а также к накопленным знаниям, особенно в области социальных наук. Межкультурные когнитивные навыки включают интуицию, внимание, память, понятия, прототипы, ассоциации, воображение, мышление, эмоции, творчество, обработку информации, логические рассуждения, решение проблем, стратегии применения и т.д. Независимо от того, осознает это переводчик или нет, когнитивные способности играют негласную роль в процессе перевода, координируя все стороны и согласовывая общую ситуацию. Всесторонние когнитивные способности переводчика играют фундаментальную роль в указании направления переводческой деятельности, что определяет качество перевода.

Переводческая интуиция переводчика с течением времени включает в себя, главным образом, знание двух языков, знание культуры, знание стиля и когнитивные способности. Несмотря на быстрые изменения в технологиях и появление переводческого

программного обеспечения, эти способности по-прежнему являются самой базовой культурой переводчика. Билингвальные знания включают синтаксические, семантические и прагматические знания, умение писать на двух языках, риторические знания, артикуляцию и связность, умение анализировать текст, коммуникативные способности билингвов, общие черты и различия между билингвами и т.д.

Способность к общему переводу относится к необходимым качествам переводчиков в условиях глобализации, таким как профессиональные знания, применение инструментов перевода и поиск информации в Интернете. Он также включает в себя компетенции или качества, на которых переводчики должны сосредоточиться в новых условиях, такие как профессиональные знания, практические теории и навыки перевода, навыки редактирования документации, базовые навыки управления, навыки самооценки, навыки быстрого обучения, дух командной работы, физическая и психологическая выносливость и т.д. Специализированные знания относятся к знаниям в конкретных областях, таких как литература, политика, экономика, культура, коммерция, туризм, издательское дело, наука и техника, право, медицина и т.д.

В современном обществе разделение знаний становится все более утонченным и углубленным, и невозможно требовать от переводчиков овладения всеми областями знаний, поэтому необходимо владеть одним или несколькими специализированными знаниями, чтобы переводчики могли заниматься переводом в основном в специализированных областях. Профессиональные знания в области перевода включают знания о переводческой отрасли, рынке переводов, переводческих компаниях, управлении переводческими компаниями, спецификациях переводческих услуг, процессах оказания переводческих услуг, профессиональной этике переводчика, контроле скорости и качества перевода, планировании карьеры переводчика [4, 2019:100].

Поскольку переводческие операции становятся все более масштабными, объемными и эффективными, современным переводчикам необходимы развитые управленческие навыки для управления проектами, переводчиками, терминологией, рукописями, инструментами, качеством и информационными ресурсами, а также для научной координации и контроля процесса, качества и скорости всего переводческого проекта.

Перевод – это не линейный процесс от оригинала к переведенному тексту, а сложный акт, требующий постоянных дополнений, добавлений, удалений, доработок и обратной связи, поэтому переводчики должны уметь анализировать собственные результаты работы. Кроме того, переводчики должны оценивать свои собственные навыки перевода до принятия задания, чтобы убедиться, что они компетентны для выполнения конкретной переводческой задачи

Способность быстро учиться означает способность переводчика быстро приобретать, усваивать, переваривать, обрабатывать и хранить знания, особенно когда переводчик сталкивается с конкретной задачей перевода, которая часто включает незнакомые области знаний и совершенно новые концепции знаний, и часто связана сроками сдачи, поэтому без способности быстро учиться трудно закрепиться.

Современные переводчики должны быть командными игроками. Задания на перевод часто выполняются на проектной основе, особенно при выполнении крупных переводов. Проектные переводы обычно выполняются проектными группами, в которые входят руководители проектов, группы переводчиков, технический персонал, редакторы, наборщики и т.д., каждый из которых работает над завершением проекта по-своему [5, 2021: 39].

Физиологические и психологические возможности переводчика имеют первостепенное значение. Сложные и напряженные переводческие задания являются большим испытанием психологических и физиологических возможностей переводчика. Только в здоровом теле переводчик может выдержать давление, бросить вызов самому себе, и только при самосовершенствовании он может быть уверен в себе, а

самосовершенствование и уверенность в себе являются основой психической выносливости. При всем при этом, все современные особенности и вызовы, с которыми сегодня сталкивается переводчик в своей деятельности, актуализируют роль интуиции при принятии решений при переводе, поэтому данный вопрос требует дальнейшей проработки и более пристального внимания и изучения со стороны исследователей.

Список использованных источников

1. Аликина Е. В. Интуиция в переводческой деятельности: педагогический аспект //Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – №. 11-1. – С. 13-15.
2. Гавриленко Н. Н. Личностно ориентированный подход к формированию отраслевого переводчика // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. – 2018. – №. 2 (796). – С. 192-201.
3. Колчанова В. Д. К вопросу о связи знания и интуиции при принятии профессиональных решений в письменном переводе //Формирование гуманитарной среды в вузе: инновационные образовательные технологии. Компетентностный подход. – 2019. – Т. 1. – С. 394-400.
4. Михайлов Я. К. О проблемах перевода между интуитивным и формальным //Л694. Одиннадцатые Смирновские чтения: материалы Междунар. науч. конф., Москва, 19 –21 июня 2019 г.[редкол.: ОМ Григорьев, ДВ Зайцев, ЮВ Ивлев, ЕБ Кузина, ВИ Шалак; отв. ред. ВИ Маркин] – М.: Современные тетради, 2019. – 192 с
5. Шеина М. С., Ямпольская А. Л. Интуиция как средство принятия решений в переводе // Актуальные проблемы переводоведения и лингводидактики в контексте межкультурного взаимодействия. – 2021. – С. 39-45.

УДК 8.81

ТЕКСТ НА ПРОСТОМ И ЯСНОМ ЯЗЫКАХ: ТРЕБОВАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Махмудова Т.С.
Магистрант, НИ ТГУ, Томск, tatyanamahmydova@gmail.com

Научный руководитель: Маругина Надежда Ивановна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии НИ ТГУ, Томск

Аннотация. В статье рассмотрена проблема доступности информации. Автором перечислены требования аудитории к предоставляемой информации. В статье приведены характеристики понятий «простой язык» и «ясный язык», а также отличительные черты обоих понятий. Кроме того, автором рассмотрены особенности текста, составленного на простом и ясном языках. Автором приводится обзор на инструкции и рекомендации по составлению документов на простом и ясном языках, разработанные некоторыми международными организациями.

Ключевые слова: доступная коммуникация, требования, ясный язык, простой язык, рекомендации.

TEXT IN PLAIN AND EASY LANGUAGES: REQUIREMENTS AND GUIDELINES

Tatiana S. Makhmudova, Master's student, Tomsk State University, Tomsk, tatyanamahmydova@gmail.com

Scientific Advisor: Nadezhda I. Marugina, PhD, Associate Professor, English Philology Department, Tomsk State University,Tomsk

Abstract. The article considers the problem of information accessibility. The author lists the audience's requirements for the information provided. The article describes the characteristics of the concepts "plain language" and "easy language", as well as the distinctive features of both concepts. In addition, the author considers the features of the text written in plain and easy languages. Moreover, the author provides an overview of instructions and guidelines for drafting official documents in plain and easy languages, developed by some international organizations.

Keywords: accessible communication, requirements, easy language, plain language, guidelines.

В последнее время среди главных задач по обеспечению доступной среды для жизни людей все чаще встречается обеспечение безбарьерной коммуникации. Для повышения уровня качества жизни становится необходимым представление информации о мире и жизни в нем на доступном для любого человека языке. Каждый человек имеет право на владение какой-либо информацией и использование этой информации для своего успешного функционирования в обществе. По разным причинам информация, написанная на стандартном языке, может быть непонятна или недоступна для читателя. Именно поэтому стал необходим поиск более эффективного способа представления информации для всех слоев населения от людей с особенностями интеллектуального развития до людей, изучающих данный язык в качестве иностранного.

Доступная коммуникация предполагает представление информации в прямой, точной и понятной форме, благодаря чему уменьшается вероятность проявления коммуникативной эксклюзивности. Понятие «доступность» представляет собой

всесторонне инклюзивный концепт, который может быть использован не только в отношении людей с инвалидностью [13, 2020: 21].

Для успешного процесса обмена информацией необходимо, чтобы способ представления информации был выбран на основе требований целевой аудитории текста. Во-первых, важно, чтобы информация представлялась по доступному им каналу восприятия. Данное требование соотносится с нуждами людей с нарушениями восприятия. Во-вторых, информация должна быть понятна, так как человек не сможет усвоить информацию на не понятном ему языке. Это требование отвечает интересам людей, изучающих язык, а также и носителей языка, которые не являются экспертами в какой-либо сфере деятельности. Информация, представленная экспертами, часто может быть слишком сложна и абстрактна для понимания обывателей. В-третьих, большое значение имеет способность извлечь информацию. В данном случае неважно, каким способом представлена информация – в процессе личного общения или передана на каких-либо физических носителях. Если она будет отвечать нуждам и ожиданиям людей, то они в любой момент смогут получить к ней доступ, найти ее или извлечь из своей памяти. Наконец, следует обращаться к белее широкому спектру способов представления информации. Здесь могут применяться стандартный язык, простой и ясный языки, шрифт Брайля и язык жестов. Главное, – чтобы выбранный способ соотносился с нуждами целевой аудитории [10, 2020: 35].

Обеспечить доступность коммуникации помогают простой и ясный языки. Термины «простой язык» и «ясный язык» два разных явления и понятия. Их общей характерной чертой является то, что они обозначают особый вид представления информации в наиболее доступной для адресата форме. Более того, цели применения обоих явлений очень близки: оба явления используются для упрощения текста. Однако рекомендации по написанию текстов на простом и ясном языках будут различаться.

Российские исследователи Н. В. Нечаева и Э. М. Каирова называют перевод на ясный язык и простой язык адаптацией текста с сохранением его основного информационного содержания. Такая адаптация делает текст доступным для большего числа читателей. Отличительными характеристиками перевода на ясный и простой языки будут являться адресат сообщения, цели перевода и содержание текстов [3, 2020: 15].

Необходимо отметить, что в настоящий момент не существует единого мнения по поводу ясного языка, и нет четкого определения этого понятия.

Авторы книги «Handbook of Easy Languages in Europe» называют понятие «ясный язык» всеобъемлющим термином для варианта стандартного языка, который создан с целью облегчения чтения и понимания информации. Для этого необходимо осуществить адаптацию содержания текста, слов, используемых в нем, и его структуры. Ориентиром в этом процессе является способность восприятия получателей текста [4, 2021: 12].

Кристин Маас рассматривая понятия «ясный язык» и «простой язык», выделяет четыре основных характеристики текста, которые противопоставлены следующим образом: понятность и воспринимаемость (comprehensibility and perceptibility), приемлемость и исключение стигматизации (acceptability and avoids stigmatisation). С самого начала ясный язык появился как способ повышения уровня понятности и воспринимаемости (comprehensibility and perceptibility) информации. Однако позже стало очевидным, что кроме этих двух качеств, необходимо учитывать и другие. Информациядолжна быть доступной (accessible) и приемлемой (acceptable) для целевой аудитории. Доступность неотъемлемое качество информации как для людей с высоким уровнем образованности,так и для людей с коммуникативным расстройством (communication impairments). Перевод информации в более понятную форму – это путь к всесторонней инклюзивности. Для обеспечения приемлемости текста необходимо учитывать возраст аудитории, физиологические особенности. Неприемлемость представления информации может повлечь за собой серьезные последствия в виде социальной стигматизации [10, 2020: 12-13]. Другими словами, представление

информации в упрощенном виде для одной группы людей, может быть неприемлемо для второй группы, что впоследствии может сформировать их отрицательную оценку относительно первой группы и стать причиной навешивания социального ярлыка.

Ясный язык (Easy Language, easy-to-read, easy-to-understand (по-немецки: «Leichte Sprache») изначально использовался для создания текстов для людей с когнитивными нарушениями. Но сейчас он помогает в передаче информации и другим группам людей:

1. люди, не являющиеся экспертами в определенной области знаний;

2. люди, изучающие данный язык в качестве иностранного.

Из четырех названных ранее характеристик текст на ясном языке обладает двумя: понятность и воспринимаемость. Главная проблема текстов, написанных ясным языком, – это повышение уровня понятности в ущерб приемлемости текста, что может привести к навешиванию ярлыков. Кристин Маас указывает на то, что ясный язык главным образом относится к качеству письменной речи и нацелен на облегчение процесса чтения текстов [10, 2020: 47].

В книге «Handbook of Easy Languages in Europe» авторы отмечают, что ясный язык может применяться в адаптации различных видов текста для обеспечения доступности информации для людей, испытывающих трудности в чтении и понимании стандартного варианта языка [4, 2021: 18].

Существуют различные точки зрения о том, стоит ли предоставлять информацию на ясном языке людям, изучающим какой-либо язык в качестве второго иностранного. В некоторых странах иммигранты считаются целевой аудиторией для ясного языка, в то время как в других странах от них требуется владение стандартным языком. Однако, существуют примеры того, как ясный язык смог вытеснить стандартный вариант языка. В Финляндии после представления инструкций для пациентов на ясном языке, никто не пожелал обращаться к инструкциям на стандартном языке. Это доказывает то, что каждый человек в мире по своему желанию может воспользоваться информацией на ясном языке. Ясный язык – это общедоступный способ коммуникации, который должен быть признан нейтральным и исключать проявление какого-либо вида социальной стигматизации [4, 2021: 15].

В отличие от ясного языка простой язык (Plain Language (по-немецки: «Einfache Sprache») изначально не был предназначен для людей с какими-либо видами нарушений, а был использован с целью установления коммуникации между официальными представителями той или иной области знаний и людьми, не обладающими экспертными знаниями.

Простой язык – это менее понятная и воспринимаемая форма обмена информацией. Однако она более приемлема и помогает избежать социальной стигматизации [10, 2020: 50].

Международная федерация простого языка (The International Plain Language Federation) определяет простой язык как вид общения, в котором выбор слов, построение предложений и оформление текста позволяют получателю легко найти необходимую информацию, понять ее и использовать [15].

Национальное агентство по ликвидации безграмотности среди взрослых (NALA) простым английским называет написание текстов и представление информации таким способом, который будет способствовать лучшему пониманию с первого раза. При этом отмечается необходимость использования коротких и простых предложений со словами повседневной обиходной речи, исключая мелкий шрифт и жаргон [11].

Канадская Национальная некоммерческая организация, занимающаяся вопросами общественного здравоохранения в рамках Национальной программы повышения грамотности и охраны здоровья определяет понятие «простой язык» как способ организации и представления информации в наиболее логичной и легкой для чтения форме для определенной целевой аудитории. Если представители выбранной целевой аудитории могут понять документ, значит, он написан на простом языке. Процесс

создания такого документа включает определение целевой аудитории и ее потребностей, а также проверку доступности представленного материала [12, 1998: 29].

В издательском словаре-справочнике А. Э. Мильчина понятие «простой текст» определено как текст, не содержащий сложных элементов: таблиц, формул, слов и словосочетаний на иностранных языках, сносок, библиографических описаний, выделений разного рода, внутри текстовых заголовков и т. д. [2, 1998: 315]. Другими словами, текст должен отображать основную информацию, которая была бы полезна конкретному читателю и дала бы четкие инструкции к действию, не отвлекая внимание на несущественные для него элементы.

Простой язык отличается от стандартного языка меньше, чем ясный язык. Понятие «простой язык» относится к коммуникации, в процессе которой аудитория может быстро и легко понять информацию. Простой язык применяется в сфере общественной коммуникации для упрощения понимания юридического языка в разных сферах жизнедеятельности человека [4, 2021: 18].

Простой язык не гарантирует абсолютность понятий. Его эффективность зависит от общего уровня образованности целевой аудитории, от уровня специальных знаний в той или иной области знания. Кроме того, важно учитывать национальные и культурные особенности представителей целевой аудитории. Другими словами, простой английский язык в Великобритании будет отличаться от такового в Мейне или Мумбаи [13, 2020: 24]. Кристин Маас также отмечает неабсолютность простого языка для представителей разных сфер деятельности [10, 2020: 142].

Plain English Foundation описывает простой английский язык как гибкий и эффективный стиль письма, который понятен при первом прочтении. В нем сочетаются понятность и лаконичность изложения, эффективное оформление и приятный дизайн. Авторы выделили 6 преимуществ документа, написанного на простом языке: точность, понятность, читаемость, эффективность, ответственность, авторитетность. Текст, обладающий перечисленными характеристиками, обеспечивает ясность и однозначность главной информации в тексте, легкость понимания информации при первом прочтении, а также повышение уровня доверия со стороны целевой аудитории.

В России авторы статьи «Государственный язык Российской Федерации – понятный русский язык» Н. М. Кропачев и С. А. Кузнецов среди основных характеристик простого языка называют ясность, конкретность, точность и логичность. Главными преимуществами простого стиля изложения авторы называют снижение количества ошибок при восприятии текста, повышение уровня эффективности социальной коммуникации, снижение затрат государства на коммуникацию с гражданами, что очень важно для многонациональной и мультикультурной страны.

Простой язык применяется для текстов, содержание которых представляется сложным для понимания людей. Необходимость в его использовании возникает в случаях общения экспертов и неспециалистов в какой-либо сфере деятельности. Для людей с коммуникативными нарушениями простой язык все еще может представлять трудность [10, 2020:140].

Сейчас большое количество организаций по всему миру занимаются написанием документов на простом и ясном языках. Также эксперты из разных организаций делятся своим опытом в создании доступных текстов на основе своих разработанных инструкций и рекомендаций. Необходимо отметить, что в данном случае не может быть одного общепринятого свода правил и инструкций по созданию понятных текстов, так как каждый раз разработка таких текстов должна быть ориентирована на нужды и особенности целевой аудитории.

Европейская комиссия разработала буклет «How to write clearly», включающий ряд инструкций по написанию документов в доступной форме. Документ представляет 10 рекомендаций, разработанных представителями комиссии, с целью обеспечения легкости понимания и чтения законодательных документов.

До написания документа на доступном языке рекомендуется продумать ответы на следующие вопросы:

1. Кто будет читать документ?

2. Какова цель написания документа? К чему побуждает документ читателя?

3. Какую информацию должен включать в себя документ?

В качестве альтернативы предлагается техника «7 вопросов»: что? кто? когда? где?/куда? как? зачем? сколько? Таким образом, автор сможет сфокусироваться в своем тексте на наиболее значимой информации. Далее следует сосредоточиться на целевой аудитории: рекомендуется напрямую обращаться к читателю; необходимо продумать все возможные вопросы, которые могут возникнуть у читателя. Текст необходимо начать с его краткого содержания. В текстедолжны быть использованы вводные слова, которые позволят читателю проследить логичность в изложенной информации. Заголовки и подзаголовки должны выделять наиболее важные пункты документа. В процессе написания документа предлагается воспользоваться правилом «KISS» (Keep It Short and Simple) – коротко и ясно. При адаптации текста, содержащего несколько главных идей и фактов, рекомендуется назвать исполнителей каждого действия по одному и прописать соответствующие действия в порядке, в котором они должны быть выполнены. Рекомендуется заменить абстрактные существительные глаголами, выражающими конкретные действия. Конец предложения должен содержать важную информацию, именно эту часть предложения запомнит читатель. Из текста следует исключить или минимизировать использование жаргона, аббревиатур и слов-ложных друзей переводчика. На завершающем этапе для проверки рекомендуется использовать справочники по грамматике, словари, спросить отзыв своих коллег [5].

Plain English Foundation выделяет 10 рекомендаций по написанию текстов на простом английском языке. Рекомендации разделены на 2 группы: структура и дизайн и формулировка предложений.

При выборе структуры и дизайна следует:

1. определить ожидания читателей;

2. сфокусировать внимание на основной мысли текста и не погружаться в детали;

3. в первую очередь представить ключевую информацию;

4. представить причины, доказательства и объяснения для основной мысли текста;

5. не перегружать лист текстом и использовать информативные заголовки.

При построении предложений следует:

6. выдерживать дружеский, но формальный тон;

7. использовать короткие простые слова и предложения для облегчения процесса чтения;

8. писать предложения, используя активные конструкции, так чтобы было понятно, кто и что должен сделать;

9. исключить незначительные детали;

10. следовать общепринятым правилам грамматики и пунктуации [14].

В статье «Государственный язык Российской федерации – понятный русский язык» Н. М. Кропачев и С.А. Кузнецов указывают на то, что для эффективного использования государственного русского языка и создания устойчивой коммуникации власти и народа необходимо выработать правила, которые обеспечат «смысловую определенность текстов, их понятность и стилистическую нейтральность».

В статье предложены несколько требований к тексту на понятном русском языке. Во-первых, в тексте следует использовать простые однозначные слова, значение которых логически соотносится с их языковой формой. Кроме того, использованные слова должны быть понятны даже тем, для кого русский не является родным. Следует исключить употребление неологизмов, иностранных слов и узкоспециальных терминов без их объяснения. Во-вторых, необходимо выдерживать логико-грамматическую связь предложений в тексте с учетом норм и правил русского литературного языка. В-третьих,

на уровне предложения следует использовать конструкции, исключающие синтаксическую омонимию. Длинные сложносочиненные или сложноподчиненные предложения, трудные как для чтения, так и для понимания следует разбить на несколько простых. В предложении четко должны быть обозначены исполнители тех или иных действий. Наконец, для обеспечения стилистической нейтральности следует употреблять лексику официально-делового стиля, исключая малоинформативные и образные слова и словосочетания [1, 2020].

Первое руководство для редакторов и издателей по написанию ясных для чтения текстов было разработано Международной федерацией библиотечных ассоциаций и учреждений в 1997 году. В 2010 году руководство «Guidelines for Easy-to-Read Materials» было пересмотрено и переиздано. Среди наиболее значимых элементов в составлении текста в руководстве выделены язык и содержание, иллюстрации, дизайн и оформление. Разработанные рекомендации затрагивают каждый из этих элементов.

1. Язык и содержание.

Информация в тексте должна быть представлена в конкретной и логичной форме без использования абстрактных понятий. Действия описываются напрямую и без длинных водных конструкций. Не исключено использование троп, однако следует помнить, что не все читатели смогут их понять. Следует исключить употребление сложных слов, но язык должен соответствовать возрасту читателя. События излагаются в хронологическом порядке. Эффективность разработанного материала должна быть проверена на представителях целевой аудитории.

2. Иллюстрации.

Иллюстрации часто играют важную роль в создании ясных для чтения документов. Картинка, которая точно изображает содержание текста, повышает уровень понятности и ясности сообщения. Абстрактные картинки также могут быть полезны и эффективны, например, при отображении эмоций и настроения, предаваемых текстом. Таким образом, в случаях использования иллюстраций главное – соотношение картинки с содержанием текста.

3. Дизайн и оформление.

Легкость текста при чтении обеспечивается за счет аккуратного и приятного оформления текста. Обложка должна быть оформлена в соответствии с содержанием текста. Широкие поля и интервалы между строками способствуют чтению текста без перегрузки органов зрения. Информацию в тексте следует разделять на блоки с ограниченным количеством строк на одну страницу. Одно предложение следует помещать на одну строку так, чтобы пауза между разными предложениями была естественной. Бумага должна быть хорошего качества, а между фоном и иллюстрациями должен быть существенный контраст. Цветные шрифты и фоны следует использовать с осторожностью. Рекомендуется использовать шрифты с засечками Times и Garamond и без засечек – Helvetica и Verdana в размере 11-12 кегль [6].

Следующий свод инструкций и рекомендаций по написанию ясных для чтения и понимания документов «Information for all. European standards for making information easy to read and understand» разработан Международной ассоциацией поддержки лиц с особенностями интеллектуального развития и их семей «Инклюзивная Европа» (Inclusion Europe). Разработанные организацией стандарты соотносятся с разными видами представления информации: письменная (листовки, брошюры, доклады), электронная (на веб-сайтах, компакт дисках), звуковая (на компакт дисках, радио), визуальная (на телевизоре, компьютере). Стандарты представляют собой список советов, которые помогут сделать информацию доступной.

Документ включает в себя общие стандарты для ясной для понимания информации. До изложения информации рекомендуется определить особенности и потребности целевой аудитории. Во-первых, необходимо выбрать подходящий способ передачи информации (звуковая, письменная и т.д.). Во-вторых, необходимо выбрать

соответствующий уровень языка. Не следует разговаривать с взрослым человеком на детском языке. В-третьих, следует всецело информировать читателя о теме коммуникации, объяснить необходимые для понимания информации понятия и термины. В-четвертых, рекомендуется вовлечь людей с интеллектуальными отклонениями в процесс создания текстов на ясном языке. Здесь важно придерживаться принципа «Ничего для нас без нас».

При написании текста особое внимание уделяется выбору слов, построению предложений и структуре текста. Слова должны быть простыми для понимания. Если нет возможности использовать простое слово, то сложные понятия следует объяснить простыми словами, используя примеры из жизни. Рекомендуется избегать метафор, аббревиатур и иностранных слов. При построении предложений рекомендуется использовать короткие предложения, напрямую обращаться к читателю и использовать активные конструкции с глаголами. Для создания наиболее эффективной структуры текста необходимо логично излагать информацию, группировать ее по соответствующим разделам и при необходимости повторять или повторно объяснять главную мысль [9].

Правозащитная организация «CHANGE» разработала свои практические советы по написанию легких для чтения текстов. В буклете «How To Make Information Accessible» изложена важная информация, которую необходимо знать при написании информации на ясном языке.

Авторы утверждают, что в большинстве случаев необходимо выполнить следующие шаги:

1. из всего текста выделить ключевые факты для понимания информации;
2. кратко сформулировать то, что необходимо изложить;
3. упростить сложную информацию и объяснить ее, используя примеры из жизни;
4. разбить информацию на блоки и поочередно в логичном порядке ее представлять;
5. опустить часть информации, не представляющей важности.

Особое внимание уделяется простым словам и картинкам. Авторы рекомендуют использовать их вместе, так как это позволит наиболее точно донести мысль. Картинки должны подкреплять информацию, переданную словами, а не заменять ее. В картинках можно изобразить конкретное действие, человека или предмет. Картинки могут быть поняты любым человекам не зависимо от того на каком языке говорит человек.

Для того чтобы понять какую картинку подставить в каждом предложении нужно выбрать ключевое слово или фразу, затем выбрать или создать картинку с фокусом на том же понятии. Также картинка должна отражать то, что сказано в тексте о том или ином предмете. Поместить картинки в документе следует слева от текста на полях размером в 8 сантиметров. Каждая картинка должна быть помещена строго напротив информации, к которой она относится, чтобы избежать путаницы [7].

Таким образом, в настоящее время в мире доступность коммуникации является одной из важнейших задач. Решением этой задачи занимаются эксперты из разных сфер деятельности. Их цель – обеспечить доступность информации для людей всех слоев населения. Ясный и простой языки являются одними из наиболее эффективных способов представления информации. Простые и понятные слова, короткие предложения, приятный дизайн документа позволяют человеку лучше понять главную мысль предоставленной ему информации, принимать решения и действовать на основе прочитанного.

Список использованных источников

1. Кропачев, Н. М. Государственный язык Российской Федерации – понятный русский / Н. М. Кропачев, С. А. Кузнецов. – Текст : непосредственный // мир русского слова. – 2020. – № №2. – С. 9-15. DOI: 10.24411/1811-1629-2020-12007

2. Мильчин, А. Э. Издательский словарь-спрапочник / А. Э. Мильчин. – М.: Юристъ, 1998. – 472 с. – ISBN 5-7975-0044-2

3. Нечаева, Н. В. Перевод на ясный и простой языки: зарубежный опыт и перспективы в России / Н. В. Нечаева, К. -. Хельмле, Э. М. Каирова. – Текст : непосредственный // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. – 2020. – № №3. – С. 8-24. DOI: 10.15593/2224-9389/2020.3.1

4. Camilla Lindholm and Ulla Vanhatalo (eds.) Handbook of Easy Languages in Europe. - Vol. 8. - Berlin: Frank&Timme, 2021. – 660 p. ISBN 978-3-7329-0771-7

5. European Commission How to write clearly. - Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011. – 15 p.

6. Guidelines for easy-to-read materials / Revision by Misako Nomura, Gyda Skat Nielsen and Bror Tronbacke on behalf of the IFLA/Library Services to People with Special Needs Section The Hague, IFLA Headquarters. – 31 p.

7. How To Make Information Accessible. A guide to producing easy read documents. – Leeds : CHANGE, 2019. – 25 p.

8. Inclusion Europe: [сайт]. – Режим доступа: https://www.inclusioneurope.eu (дата обращения: 17.02.2022).

9. Information for all. European standards for making information easy to read and understand – : Inclusion Europe, 2011. – 40 p.

10. Maaß, C Language – Plain Language – Easy Language Plus. Balancing Comprehensibility and Acceptability / C. Maaß. – Vol. 3. – Berlin : Frank&Timme, 2020. – 304 p. ISBN 978-3-7329-0691-8

11. National Adult Literacy Agency: [сайт]. – Режим доступа: https://www.nala.ie/ (дата обращения: 11.11.2021).

12. National Literacy and Health Program – Easy Does It! Easy Does It! Plain Language and Clear Verbal Communication Training Manual. Ontario: Canadian Public Health Association, 1998. – 90 p.

13. Perego, E. Accessible Communication: A Cross-country Journey / E. Perego. – Vol. 4. – Berlin : Frank&Timme, 2020. – 200 с. ISBN 978-3-7329-0654-3

14. Plain English Foundation: [сайт]. – Режим доступа: https://www.plainenglishfoundation.com/ (дата обращения: 22.12.2021).

15. The International Plain Language Federation: [сайт]. – Режим доступа: https://www.iplfederation.org/ (дата обращения: 11.11.2021)

УДК 81’25

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ В РАДИООБМЕНЕ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ

Медуница С. В.

Магистрант, Оренбургский государственный университет, Оренбург, e-mail: vip.medunica@mail.ru

Научный руководитель: Турлова Евгения Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и методики преподавания английского языка, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург.

Аннотация. Статья посвящена общим и специальным способам перевода англоязычной авиационной терминосистемы, рассматривает распространённые способы перевода терминов в радиообмене гражданской авиации. В статье приведена классификация терминов по их структуре, а также рассмотрены особенности перевода англоязычных терминов в области радиообмена гражданской авиации. Приведена диаграмма, которая показывает соотношение видов перевода терминов радиообмена гражданской авиации, среди которым самым распространенным является прием поиска эквивалента.

Ключевые слова: радиообмен гражданской авиации, дискурс, термин, эквивалент, транслитерация, транскрипция.

WAYS OF TRANSLATION OF TERMS IN RADIOTELEPHONY OF CIVIL AVIATION

Medunitsa Sofiya Vladimirovna, postgraduate student, Orenburg State University, Orenburg, e-mail: vip.medunica@mail.ru

Research advisor: Turlova Evgeniya Vladimirovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of English Philology and Methods of Teaching English, Orenburg State University, Orenburg, e-mail: orenburg05@yandex.ru

Abstract. The article deals with common and specific features of translation of aviation terminology, the common ways of translating terms in radiotelephony of civil aviation. The article provides a classification of terms according to their structure, and also discusses the peculiarities of the translation of terms in radiotelephony of civil aviation. A diagram is given that shows the ratio of the ways of translation terms in radiotelephony of civil aviation, among which the most common is the equivalent.

Keywords: radiotelephony of civil aviation, discourse, term, equivalent, transliteration, transcription.

На данный момент в современной науке существует понятие профессиональный дискурс, которое обслуживает специализированные социальные сферы жизнедеятельности людей. Этот тип дискурса трактуется по-разному в работах различных лингвистов: профессиональным языком он является для М. Б. Казачковой, Г. В. Колшанского, Т. А. Мальковской и Т. Н. Митрюшкиной; Л. В. Успенский называет его профессиональным диалектом.

Радиообмен в сфере гражданской авиации, будучи разновидностью профессионального авиационного дискурса, является институциональным коммуникативным взаимодействием пилотов и наземных служб управления. Как считают многие языковеды, радиообмен в сфере гражданской авиации имеет в своем составе грамматические, фонетические, а также же лексические языковые единицы, которые, в свою очередь, обеспечивают правильное речевое общение пилотов и авиадиспетчеров во время выполнения полета.

В соответствии с разными научными взглядами ученых, каждая специальная сфера, где используется язык, разрабатывает свои определенные и устойчивые типы высказываний. Тексты бывают определенного жанра, в зависимости от того, какое функциональное предназначение и направленность они имеют. Именно эти характеристики определяют выбор конкретных лингвистических средств.

Стилистика рассматривает профессиональный язык в сфере авиации как организацию, которая имеет систему норм, где ее основное ядро составляют языковые единицы, которые построены по моделям общенационального языка.

Терминология – это систематизированная, а также кодифицированная область научного языка, которая имеет в своем составе определенные нормативные единицы, а именно официально признанные профессиональные термины.

Лексические единицы профессионального языка – результат тщательного отбора языкового материала, который имеет свои определенные особенности и характеристики, а именно насыщенность своего содержания, однозначность и экономность формулирования мысли.

Язык РГА имеет в своем составе единицы, которые обозначают точные понятия данной области знания, так называемые термины. Ученые имеют разные мнения, определяя понятие термин.

Так, например, Большая Советская Энциклопедия описывает понятие термин следующим образом: «Слово или словосочетание, призванное точно обозначить понятие и его соотношение с другими понятиями в пределах специальной сферы» [7, 1983].

В.М. Лейчик определяет термин как «лексической единице языка для специальных целей, обозначающая общее – конкретное или абстрактное – понятие теории определенной специальной области знаний или деятельности» [4, 1999: 31].

Так как термины относятся к специальной области употребления, следует сказать, что термины используется для наименования конкретных, специальных понятий. Такая характеристика термина наиболее приоритетная и важная, так как она обуславливает принадлежность термина к определенной, а именно специальной, области знания.

Еще одной не менее важной характеристикой термина является его содержательная точность, здесь обычно понимается точность, четкость и определённость терминов. Это свойство говорит о том, что определенные понятия имеет четкие и точные границы. Термин не должен иметь никакого побочного смысла, которое отвлекает внимание читателя.

В речи радиообмена гражданской авиации в большом количестве встречаются разные виды терминов. По своей структуре термины могут быть разделены на следующие категории: термины, состоящие одного слова, и термины, представленные в виде словосочетаний.

Термины, состоящие из 1 слова, то есть термины-слова, в свою очередь, делятся на простые термины и сложные термины.

Простые термины содержат в себе одно слово: *landing – посадка.*

В свою очередь, сложные термины уже имеют в своем составе два компонента, которые пишутся либо вместе, либо через дефис: *airborne – взлет, runway – взлетно-посадочная полоса.*

Термины-словосочетания состоят из трех и более элементов и имеют свои разновидности:

Термины с присоединительной связью (таковыми являются многокомпонентные термины, состоящие из нескольких слов, с беспредложной связью): *request start-up – разрешите запуск.*

В зависимости от количества входящих слов, могут различаться двухчленные, трехчленные и многочленные термины.

Термины с предложной связью (таковыми являются многокомпонентные термины с предложной связью): *staying on frequency – переход на чистоту.*

Перевод терминов, встречающихся в РГА, представляет собой далеко непростую задачу. Самым лучшим вариантом перевода терминов РГА является замена слова английского языка словом языка перевода, которое является его «постоянным равнозначным соответствием, как правило, не зависящим от контекста» [3, 2000]. В этом случае речь идет о, так называемых, эквивалентных соответствиях. Передача терминов с помощью поиска его полного лексического эквивалента не всегда является возможным, и зачастую приходится прибегать к другим вариантам перевода. Часто в особенных случаях переводчик применяет целый ряд переводческих приемов.

Самым часто распространённым переводческим приемом при переводе терминов является поиск лексического эквивалента в переводящем языке. Под эквивалентами часто понимают соответствия между словами исходного и переводящего языков, которые будут равнозначащими, постоянными и, в частности, не зависящими от контекста слова.

Пример:

«Siberia 1140, **start – up** approved (push and start approved, start – up point 2, facing north-east, start up on our discretion)» [6].

Данный отрывок речи пилота имеет следующий перевод:

«Сибирь 1140, **запуск** разрешили (выталкивание на точку запуска 2 разрешили, носом на северо-восток, запуск по готовности)» [6].

Сложный термин *start – up* point, состоящий из нескольких компонентов, переводится на русский язык с помощью поиска эквивалента и имеет значение точка запуска.

Пример:

«Siberia 1141, you are leaving my **airspace**, switch to UNICOM on frequency 122.800» [6].

Перевод:

«Сибирь 1141, выходите из моей зоны ответственности, далее работайте UNICOM, на частоте 122,800» [6].

Сложный термин *airspace* имеет перевод на русский язык зона ответственности. В данном случае был использован эквивалент термина. Зона ответственности – эта та зона, над которой имеет контроль та или иная наземная служба.

Пример:

«Siberia 1140, **transition level** 50, by QFE998 milibars (hectopascals), descend to FL 35» [6].

Перевод:

«Сибирь 1140, эшелон перехода 50, по давлению 998 гектопаскалей, снижайтесь на эшелон 35» [6].

Многокомпонентный термин *transition level* имеет перевод эшелон перехода. Эшелон перехода – установленная и условная высота полёта самолета, на которой перестанавливают значения атмосферного давления на барометрическом высотомере на давление аэродрома.

Калькирование – это специальный вид заимствования, при котором из исходного языка заимствуется какая-либо синтагма и буквально воспроизводятся ее элементы. Я.И. Рецкер говорит, что «перевод-калька обычно применяется при передаче значения сложных слов и терминов словосочетаний».

Пример:

«Siberia 1141, start – up approved (push and start approved, start – up point 2, facing north-east, **start up on our discretion**)» [6].

Перевод:

«Сибирь 1141, запуск разрешили (выталкивание на точку запуска 2 разрешили, носом на северо-восток, запуск по готовности)» [6].

Многокомпонентный термин с предложной связью *start up on our discretion* переводится на русский язык с помощью приема калькирования и имеет значение запуск по готовности.

Пример:

«Siberia 1140, surface wind is 140 degrees, 2 **meters per second**, line-up and wait RWY14R» [6].

Перевод:

«Сибирь 1140, ветер 140 градусов, 2 м/с, ВПП 14 правая, исполнительный разрешаю, взлет по команде» [6].

Следующий многокомпонентный термин *meters per second* встречается во многих отраслях человеческой жизни. Данный термин имеет калькированный перевод: метров в секунду.

Также распространённым способом перевода является заимствование. В рамках данного способа перевода применяют транслитерацию или транскрипцию. Транслитерацией является побуквенное воспроизведение исходного компонента с помощью алфавита переводящего языка. Транскрипция – это передача английского слова на русский язык, воспроизводя с помощью русских букв его фонемного состав.

Пример:

«Siberia 1140, transition level 50, by QFE998 milibars (**hectopascals**), descend to FL 35» [6].

Перевод:

«Сибирь 1140, эшелон перехода 50, по давлению 998 гектопаскалей, снижайтесь на эшелон 350» [6].

Сложный термин *hectopascals* переводится транслитерацией как гектопаскали, которая означает единицу измерения давления.

Пример:

«Д: – XAR002, good day, **Radar** identified. Climb flight level 3000 meters direct to ABELA.

П: – Roger, flight level 3000 meters direct to ABELA, XAR001» [5].

Перевод:

Д: – XAR002, добрый день. Вы идентифицированы на радаре, набирайте эшелон 3000м напрямую к точке ABELA.

П: – Набираю эшелон 3000м напрямую к точке ABELA».

Простой термин *radar* переводится на русский язык, использую прием транслитерации – радар.

Часто при переводе терминов РГА применяют прием конкретизации. Прием конкретизации заключатся в замене исходного слова или словосочетания с широким значением словом или словосочетанием переводящего языка с узким, а именно конкретным значением. В данном случае имеет место быть увеличение количества слов.

Пример:

«Siberia 1140, start – up approved (push and start approved, start – up point 2, **facing** north-east, start up on our discretion)» [5].

Перевод:

«Сибирь 1140, запуск разрешили (выталкивание на точку запуска 2 разрешили, носом на северо-восток, запуск по готовности)» [5].

Термин *facing* имеет интересное значение. Так как термин используется в радиообмене гражданской авиации, то есть имеет дело с самолетами, то в данном случае

имеет значение, относящееся к строению самолета. Перевод означает, что самолет должен быть направлен носом в определенном направлении. То есть тут был применен прием конкретизации.

Прием опущение избыточных слов при переводе терминов РГА тоже имеет место быть. Прием опущения – отказ от передачи в переводящем языке семантически избыточных слов исходного языка, значения, которых можно легко восстановить из контекста.

Пример:

«Siberia 1140, **surface wind** is 140 degrees, 2 meters per second, line-up and wait RWY14R» [5].

Перевод:

«Сибирь 1140, ветер 140 градусов, 2 м/с, ВПП 14 правая, исполнительный разрешаю, взлет по команде» [5].

Многокомпонентный термин *surface wind* в переводе передается с опущением одного из компонентов, который считается в контексте избыточным. Термин имеет перевод ветер.

Описательный перевод также используется для передачи терминов на русский язык.

Пример:

Пример:

«П: - Mineralnye Vody Tower, XAR001 Good day, on holding **short runway** 12.

Д: - XAR001, good day, after departing Airbus 320 **line up** and wait runway 12» [5].

Перевод:

П: Вышка «Минеральные Воды», вас приветствует, XAR001. Остаюсь на прежней полосе 12.

Д: – XAR001, доброго дня. Занимайте исполнительный 12-й полосы после взлета Airbus 320 и ожидайте.

Термин *line up* имеет описательный перевод – занять исполнительную полосу. Это последний пункт перед взлетом. Командир воздушного судна устанавливает самолёт по оси ВПП и ждет команды на взлет.

Пример:

«Д: – XAR001, winds 130 at 11 knots, cleared for take-off runway 12, after takeoff climb 600 meters and contact **Approach** on 119.3» [5].

Перевод:

Д: – XAR001, разрешаю взлет на полосе 12, ветер у полосы со скоростью 11 узлов, первоначальный набор 600м, после взлета работать с диспетчерским пунктом подхода на частоте 119.3.

Термин *approach* применяется для обозначения одного из этапов полёта – заход на посадку. Термин имеет описательный перевод - диспетчерский пункт подхода.

Итак, нами было исследовано около 15 отрывков из разговоров пилотов и наземных служб. Нами было изучено 23 терминов, связанных с радиообменом гражданской авиации. Данная диаграмма показывает соотношение между видами переводов авиационных терминов. Изучив диаграмму, мы видим, что больше всего при переводе терминов радиообмена гражданской авиации встречается прием поиска лексического эквивалента, он составляет 40%. На втором месте стоит прием калькирование, его процент составляет 26. Конкретизация и описательный перевод расположились на третьем месте и составляют по 9%. Прием опущение, генерализации, транскрипции и транслитерации составляют по 4%.

Диаграмма 1 – Соотношение между видами переводов авиационных терминов



Список использованных источников

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М., 1990. С. 136-137
2. Дейк, Т.А. ван. Язык, познание, коммуникация [Текст] / Т.А. ван Дейк. – М.: Прогресс,1989. –312 с
3. Карасик В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград, 2000. – С. 5–20.
4. Седов К.Ф. Становление дискурсивного мышления языковой личности: Психо- и социолингвистические аспекты / К. Ф. Седов. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 1999. – 179 с.
5. Шпаргалка радиообмена на английском при полёте по маршруту [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://afl.3dn.ru/_fr/0/Fraseo_eng_rout.pdf (дата обращения: 15.09.2022).
6. Forum-SimRussia.ru [Электронный ресурс] / Invision Community – Режим доступа: https://forum-simrussia.ru/index.php?/topic/489-пример-фразеологии-радиообмена-при-полётах-в-сети-на-английском-языке/(дата обращения: 15.09.2022).
7. Stubbs M. Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language. Oxford Blackwell, 1983. 272 p.

УДК 81-25’37’42

КОНЦЕПТ «СТЕПЬ» КАК ЭЛЕМЕНТ КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ)

Пышкина Н. В.

Студент, Оренбургский государственный университет, Оренбург, limnnat@gmail.com

Научный руководитель: Белова Наталья Александровна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики перевода Оренбургского государственного университета

Аннотация. В статье автор рассматривает концепт «степь» как часть картины мира, а также как элемент когнитивной лингвистики. Анализируется образ степи и отношение к этому концепту в произведениях российских и казахских писателей и поэтов.
Ключевые слова: вербализация, картина мира, когнитивная лингвистика, концепт.

STEPPE AS AN ELEMENT OF COGNITIVE LINGUISTICS (FEATURING EXAMPLES OF WORKS OF FICTION)

Pyshkina Natalya Vitalyevna, student, Orenburg State University, Orenburg, limnnat@gmail.com

Research advisor: Natalya Aleksandrovna Belova, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Translation and Translation Studies, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. The author considers the concept of "steppe" as part of the worldview, as well as an element of cognitive linguistics. The concept of "steppe" and the attitude to this concept is considered in the works of Russian and Kazakh writers and poets.
Keywords: verbalisation, worldview, cognitive linguistic, concept.

В современной лингвистике возрастает интерес к связи между речью и мышлением, языком и познанием. Отмечается интерес к когнитивной лингвистике, задачей, которой является конкретизация роли языка в составлении картины мира, происхождение накопления знаний и систем, обеспечивающих различные виды деятельности с информацией.

Всё, что происходит в мире и в жизни людей закрепляется в языке. Такое явление называется когнитивной картиной мира. Картина мира – это совокупность знаний и мнений субъекта относительно реальной или мыслимой действительности [1], а именно под когнитивной картиной мира понимается «ментальный образ действительности, сформированный когнитивным сознанием человека или народа в целом и являющийся результатом как прямого эмпирического отражения действительности органами чувств, так и сознательного отражения действительности в процессе мышления»; «совокупность концептосферы и стереотипов сознания, которые задаются культурой» [9].

Говоря о когнитивной картине мира, используется термин «вербализация» - акт словесного выражения человеком своих состояний и свойств [5]. Путем вербализации автор произведения дает понять о своих чувствах и эмоциях по отношению к какому-либо объекту, передать идею или мысль. Для вербализации своего отношения к объекту часто используется оценочная и сравнительная лексика.

Автором принимается во внимание мнение относительно когнитивной лингвистики российского лингвиста Андрея Кибрика: «В основе когнитивной лингвистики лежит

убеждение о том, что язык теснейшим образом связан со всеми мыслительными и познавательными процессами человека, с запоминанием, с извлечением данных из памяти, с передачей сведений от одного мозга к другому» [8].

Любой текст писателя, будь то проза или поэзия, будет вмещать в себя то или иное его отношение к окружающему его миру и природе. Образность языка писателя индивидуальна у каждого. Однако у каждого писателя вовсе не всякий образ свой, неповторимый, он как раз-таки чаще всего повторим, но дан в своей особой ситуации, в собственном особом употреблении.

В данной статье была предпринята попытка рассмотрения концепта «степь» как элемента когнитивной лингвистики и его отражения в произведениях российских и казахских писателей К. Н. Батющкова, Ш. Уалиханова, Т. Ж. Жарокова, А. А. Тарковского, П. А. Вяземского, К. Аксакова, С. Аксакова.

По выражению лингвиста Юрия Сергеевича Степанова, концептом является «некое суммарное явление, по своей структуре состоящее из самого понятия и ценностного (нередко образного) представления о нем человека» [11]. Если рассматривать степь как концепт, то данный концепт имеет множество значений и коннотаций в произведениях авторов, имеющих различное происхождение.

В своем стихотворении «Взгляни: сей кипарис, как наша степь, бесплоден…» поэт Константин Николаевич Батюшков называет степь, сравнивая её с кипарисом, «бесплодной» [4], тогда как ученый-историк Шокан Уалиханов рассуждает о степи в совершенно ином ключе: «как бескрайнее море, покрыта разнообразной травой, а нежные цветы раскинулись, как зеленая скатерть» [10]. Данный пример высказывания двух авторов дает понять совершенно различное отношение к концепту «степь» – используя эпитет «бесплодная» К.Н.Батюшков обозначает её как гиблое место, неживое, полное разрухи и не имеющее будущего. У Ш.Уалиханова в произведениях с использованием лексем «бескрайнее море» и «нежные цветы» степь обозначается как вечноцветущая, дающая жизнь и начало, высказывая о положительном отношении автора к концепту «степь».

Казахский советский поэт Таир Жарокович Жароков в стихотворении «Сердце поет»[7] отдает дань уважения красоте земных просторов, используя прием олицетворения «луна, как в озере лебедь, плывет», «волна гневно бьет», а также поэт сравнивает себя с природными явлениями, в том числе и степью: «и, как солнце, бьет мой взор», «моя жизнь, –как бескрайняя степь, широка». Путем использования сравнения автор рассказывает о своем мироощущении и отношении к жизни. Степь выступает в положительном ключе, репрезентуя эмоциональное состояние автора.

Арсений Александрович Тарковский, русский поэт и переводчик, писал о степи как о чем-то своенравном и независимом от человека. В стихотворении «Степь» поэт аналогично использует лексемы-олицетворения: «земля себя глотает, тычась в небо головой», «слово маячит, в степи маячит под луной» [12]. Степь в этом стихотворении выступает как нечто неживое, замершее: «Почиет степь, как неживая» [12].

Русский поэт Петр Алексеевич Вяземский в стихотворении «Степь» [6] высказывается в схожем ключе с К.Н.Батюшковым, называя степь, используя лексемы «пустая» и «однообразная». Он говорит об её повторяющихся просторах, но при этом автор пишет о своем положительном к степи отношении, используя эмотивы-номинативы «грустно» и «любовь». Он соглашается с безжизненностью степи, используя лексему «голые», но не имеет в виду это в негативном ключе, говоря о том, что любая степь, какая бы она ни была – это часть России.

Если говорить об Оренбургской степи, то в стихотворении «Степь» Константин Аксаков [2], пишет «Как хороша ты, степь пустынная», называя её так же «необъятной», высказывает свое мнение относительно нее, используя в предложении эмотивы-номинативы «здесь мне весело», а Сергей Аксаков в произведении «Дичь степная, или полевая» [3] действительно указывает на то, что для многих людей слово «степь» имеет

разные понятия. Автор соглашается, что для кого-то из других мест это слово – «голая, ровная, безводная земная поверхность»[3], добавляя, что для человека из Оренбургской губернии это слово может значить совершенно другое – «поверхность земли в них по большей части неровная, волнистая, местами довольно лесная, даже гористая, пересекаемая оврагами с родниковыми ручьями, степными речками и озерами»[3]. Лексемами «голая» и «безводная», С. Аксаков обозначает степь чем-то бесплодным и пустым, не имеющим ничего живого для одних, но, пусть и вербально не репрезентируя «степь» в своем высказывании с использованием каких-либо эмотивов и не давая ей оценку, даёт понять перечислением «неровная, лесная, гористая», что степь по своей природе многогранна и имеет множество пейзажей для каждого.

Таким образом, были проанализированы репрезентанты концепта «степь» из произведений художественной литературы, представленные как лексемами с отрицательным значением «бесплодная степь», «бескрайнее море», «безводная поверхность», нейтральными лексемами «голая», «ровная», «широка», так и положительными лексемами «лесная поверхность», «гористая поверхность», «бескрайнее море». Приводятся сравнительные лексемы «и, как солнце, бьет мой взор», «моя жизнь, – как бескрайняя степь, широка», а так же лексемы-олицетворения «земля себя глотает», «слово маячит». Каждая из этих лексем является вербализацией внутреннего состояния автора и отношения его к степи. Специфичность данного концепта в том, что ввиду различного мировосприятия, мировоззрения, мироощущения и миропонимания авторы обозначают различные взгляды на концепт «степь», ее содержимое и значение. Каждое высказывание формирует когнитивную картину мира автора произведения.

Список использованных источников

1. Азимов Э. Г., Щукин А. Н. А35. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448
2. Аксаков К.С. «Степь» [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.culture.ru/poems/31533/step (дата обращения: 20.10.2022)
3. Аксаков С.Т. Дичь степная, или полевая. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vseskazki.su/sergey-aksakov/dich-stepnaya-ili-polevaya.html (дата обращения: 20.10.2022)
4. Батюшков К. [Электронный ресурс]/ Русская поэзия. Режим доступа: https://rupoem.ru/batyushkov/vzglyani-sej-kiparis.aspx (дата обращения: 20.10.2022)
5. Большой психологический словарь / [Авдеева Н. Н. и др.] ; под ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. - 4-е изд., расш. - Москва : АСТ ; Санкт-Петербург : Прайм-Еврознак, 2009. - 811 с.
6. Вяземский П.А. Степь. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://rvb.ru/19vek/vyazemsky/01text/01versus/187.htm (дата обраения: 19.10.2022)
7. Жароков Т. Ж. Золотая степь / Т. Ж. Жароков ; пер. с казах. ; сост. Н. Сидоренко - М. : Гос. изд-во худож. лит., 1938. – 93 с.
8. Кибрик А. Наука о невысказанном: что такое когнитивная лингвистика. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://theoryandpractice.ru/posts/17654-nauka-o-nevyskazannom-chto-takoe-kognitivnaya-lingvistika (дата обращения: 19.10.2022)
9. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика [Текст] : монография / З. Д. Попова, И.А. Стернин. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – 314 с.
10. Поэты и поэтика Степи. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://kazpravda.kz/n/poety-i-poetika-stepi/ (дата обращения: 18.10.2022)
11. Степанов Ю.С. Концепты. Тонкая пленка цивилизации. – М.: Языки славянских культур, 2007. – 248.
12. Тарковский А.А. Стихи разных лет: Стихи.—М. : Современник, 1983. –206с.

УДК 81.25’881

ЦИТАЦИЯ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ФЕНОМЕНА ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ В ПЕРЕВОДЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

Рябцева О.А.
Студент, Оренбургский государственный университет, Оренбург, ryabtseva_ol@mail.ru

Научный руководитель: Белова Наталья Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. Статья посвящена вопросам цитации как проявления некого феномена интертекстуальности в переводе рекламных текстов. Даны определения интертекстуальности и цитации. Определена роль перевода в цитации. Отмечено влияние интертекстуальности на перевод в рекламных цитированиях. На современных примерах рассмотрены и сравнены рекламы мировых зарубежных компаний и их перевод. Выделены тонкости перевода интертекстуальности с английского на русский язык. Также отмечены особенности перевода цитации и их влияние на восприятие. Рассматриваются условия для благоприятного перевода интертекстуальных элементов в рекламе.

Ключевые слова: цитация, интертекстуальность, реклама, текст, феномен.

CITATION AS A MANIFESTATION OF THE PHENOMENON OF INTERTEXTUALITY IN THE TRANSLATION OF ADVERTISING TEXTS

Ryabtseva Olga Alekseevna, student, Orenburg State University, Orenburg, ryabtseva_ol@mail.ru

Research advisor: Belova Natalya Aleksandrovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Translation and Translation Studies, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. The article is devoted to the issues of citation as a manifestation of the phenomenon of intertextuality in the translation of advertising texts. Definitions of intertextuality and citation are given. The role of translation in citation is determined. The influence of intertextuality on translation in advertising citations is noted. On modern examples, advertisements of world foreign companies and their translation are considered and compared. The subtleties of the translation of intertextuality from English into Russian are highlighted. The features of the translation of the citation and their influence on perception are also noted. The conditions for a favorable translation of intertextual elements in advertising are considered.

Keywords: citation, intertextuality, advertising, text, phenomenon.

В современном мире трудно представить продвижение товаров и услуг без грамотной рекламы. Реклама окружает человека повсюду и занимает важную позицию в культурном поле социума. Именно реклама оказывает сильнейшее влияние на общественное и индивидуальное сознание. Баннеры, телевидение, радио – всё это источники рекламы, сопровождающие нас повседневно.

Цитирование в рекламе это отличный и действенный способ воздействия на человека. Звучные цитаты запоминаются на подсознательном уровне, тем самым заставляя человека думать о рекламируемом объекте. Довольно просто создать цитату либо слоган на языке оригинала, но гораздо сложнее точно и ёмко перевести её на иностранный язык. Особенно важно не только передать смысл, но и сохранить должное запоминающееся звучание, которое не менее ярко будет оставаться в памяти людей, тем самым продвигая продукт.

Целью данной статьи является анализ цитации как феномена интертекстуальности в рекламе. Чтобы грамотно передать смысл цитации, лингвисты прибегают к интертекстуальности. Обратимся к вопросам терминологии.

Для начала следует разобраться, что же такое «интертекстуальность»? Данный термин был введен в 1967 году французской исследовательницей литературы и языка Юлией Стояновой Кристевой для «обозначения общего свойства текстов, выражающегося в наличии между ними связей, благодаря которым тексты (или их части) могут многими разнообразными способами явно или неявно ссылаться друг на друга» [8, 2013].

По мнению И.П. Ильина «тексту присуща множественность. Это значит, что у него не просто несколько смыслов, но что в нем осуществляется сама множественность смысла как таковая – множественность неустранимая, а не просто допустимая – текст пересекает их, движется сквозь них, поэтому он не поддается даже плюралистическому толкованию, в нем происходит взрыв, рассеяние смысла. Действительно, множественность текста вызвана не двусмысленностью элементов его содержания, а если можно так выразиться, пространственной многолинейностью означающих, из которых он соткан (этимологически «текст» и значит «ткань»). <…> Всякий текст между – текст по отношению к какому-то другому тексту, но эту интертекстуальность не следует понимать так, что у текста есть какое-то происхождение, всякие поиски «источников» и «влияний» соответствуют мифу о филиации произведений, текст же образуется из анонимных, неуловимых и вместе с тем уже читанных цитат – из цитат без кавычек» [6,1996].

Кузьмина Н.А. дала следующее определение: «Интертекстуальность – критерий гносеологической и эстетической ценности текста: если произведение не обладает этим свойством, оно не имеет шансов войти в науку, литературу, наконец, в культуру в целом. Таким образом, интертекстуальность – один из способов трансляции так называемого кода культуры» [7,1999].

Общеупотребительную формулировку понятиям «интертекстуальность» и «интертекст» дал Р.Барт: «Каждый текст является интертекстом; другие тексты присутствуют в нём на различных уровнях в более или менее узнаваемых формах: тексты предшествующей культуры и тексты окружающей культуры. Каждый текст представляет собой новую ткань, сотканную из старых цитат. Обрывки культурных кодов, формул, ритмических структур, фрагменты социальных идиом и т.д. – все они поглощены текстом и перемешаны в нём, поскольку всегда до текста и вокруг него существует язык [2, 1989].

Исходя из данных определений, можно представить схему интертекстуального коммуникативного акта, которая состоит из особых составных элементов. А именно: источник – автор, который делает кодировку сообщения, текста и непосредственно реципиента, который производит декодировку.

На основании определений выстроим понимание роли интертекстуальности в переводе. Перевод интертекста в рекламе представляет собой наибольшую сложность, так как является смыслопорождающим звеном, позволяющим сохранять смысл и посыл. Именно грамотный перевод интертекстуальности позволяет получателю правильно воспринять посыл, который иногда может быть недоступен при некорректном переводе. Также следует обратить внимание на определение цитации в переводе.

Цитация, прежде всего, это точный повтор в данном контексте определенных отрезков из другого контекста. Перевод цитации представляет собой особую проблему, так как существуют три обязательных критерия, характеризующие цитаты, которые

должны быть соблюдены, а именно: наличие собственной предикации, референциальность цитации к источнику и её воспроизводимость [4].

Рассмотрим конкретные примеры перевода цитации с интертекстуализацией в рекламах иноязычных компаний. Ярким примером интертекстуализации является реклама автомобиля Mitsubishi. На английском их слоган звучит «Go far». На русский же язык это было переведено как: «Зайди далеко». Особенность данного перевода заключатеся в том, что данное выражение «go far» идиоматично и в переносном значении имеет смысл «переступать границы» или же «преуспеть». На наш взгляд, перевод является верным в передачи вызова оригинального послания, но, тем не менее, переводчик не смог обыграть переносный смысл сочетания.

Возникает проблема перевода длинной первичной фразы и в таком случае переводчик прибегает к семантическическому эквиваленту. Рассмотрим рекламу женских колготок «OMSA». Англоязычный вариант: «What legs! Much more than legs! OMSA knows how to be admired» [5]. На русском языке это звучит как: «От Парижа до Находки «OMSA» - лучшие колготки».

В данном случае интертекстуальность практически отсутствует, так как текст перевода значительно отличается от оригинала. Выбор того или иного приёма перевода зависит от различных факторов. Это может быть и аудитория потребителя рекламного сообщения, и личные особенности психологии переводчика и т.д. Если же аудитория разноплановая, то переводчики используют общеупотребительную лексику, которая будет понятна всем. В противном же случае, переводчики не используют в текстах рекламного характера слова, имеющие определённые ограничения в употреблении.

Рассмотрим пример интертекстуальности в переводе рекламного текста CITIBANK. Оригинал выглядит так: «The CITI Never Sleeps». На русский язык этот слоган был переведён дословно: «CITI никогда не спит» [3].

Сложность данного случая заключается в том, что в английском варианте слогана данная цитата опирается на песню «Moscow never sleeps». Но в данном случае невозможно передать намёк на фразу из данной песни, так как в названии банка присутствует «CITI» созвучное со словом «city».

Рассмотрим вариант перевода рекламы пива «Courage». «Take Courage!» на русский язык было переведено как «Поймай кураж!», в толковом словаре русского языка имеется выражение «быть в кураже», означающее «быть слегка пьяным, навеселе». Тем не менее, из эстетических соображений, оно было заменено с концепта опьянения, на концепт задора.

Данные слоганы и цитации относятся к имиджевой коммуникации, тем самым наполняя объекты дополнительным символическим содержанием. В ходе исследования были проанализированы цитации реклам совершенно разных продуктов. Не во всех случаях переводчик смог удачно перевести цитацию и передать тонкую грань интертекстуальности в рекламе. Рекламный текст имеет особую прагматическую направленность, тем самым делая перевод еще более сложным, так как важно не только перевести красиво, но и сохранить экономическую валентность с перспективой на дальнейшее развитие.

Адаптивные элементы необходимо заменять по возможности стилистически нейтральными, либо искать эквивалент в языке перевода, чтобы избежать замены аутентичного национального колорита. Исключением является культурная адаптация.

Опираясь на вышесказанное, цитация как феномен интертекстуализации в переводе рекламных текстов требует особого отношения переводчика к своей работе. В данном случае от специалиста необходимы особые навыки и знания из всех сфер жизни человека.

Список использованных источников

1. Абрамов С.Р. Интертекстуальность как конституирующий признак и условие сосуществования семиотических систем // Интертекстуальные связи в художественном тексте. СПб.: Образование, 1993.
2. Барт Р. От произведения к тексту // Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика. М., 1989. С. 417, 418.
3. Беспалова Н. В. Безэквивалентные реалии в английских рекламных текстах. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://study-english.info/article029.php (дата обращения 20.10.2022)
4. Григорович Е.С. Особенности перевода цитат с немецкого языка на русский и английский языки (на материале произведений Ф. Ницше) [Электронный ресурс]. // Международный студенческий научный вестник. – 2018. – № 5.– Режим доступа: https://eduherald.ru/ru/article/view?id=18899 (дата обращения: 15.10.2022).
5. Злобина И.С. Особенности перевода английских рекламных текстов на русский язык // Актуальные вопросы переводоведения и практики перевода. – 2010.
6. Ильин И. П. Интертекстуальность // Современное зарубежное литературоведение: энциклопедический справочник / ред.-сост. И. П. Ильин, Е. А. Цурганова. М.: Интрада, 1996. 319 с.
7. Кузьмина Н. А. Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка / Н. А. Кузьмина; Науч. ред. Н. А. Купина. - Екатеринбург; Омск: Изд-во Урал. ун-та; Изд-во Омск. гос. ун-та, 1999. - 268 с.
8. Кристева Ю. Семиотика. Исследование по семанализу / пер. с фр.Э.А. Орловой. – М.: Академический проспект, 2013. – 285 с.

К 811.111

ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ КАК ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Слободской М. М.
Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, m.slobods@gmail.com

Научный руководитель: Хрущева Оксана Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и методики преподавания английского языка, Оренбургский государственный университет (Оренбург, Россия)

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема переводческой интерференции. Исследование, предпринятое авторами, проводится на основе корпуса примеров, в который вошли переводческие решения, обусловленные языковой интерференцией. Рассматриваются примеры интерференции в текстах из разных сфер человеческой деятельности. Дается теоретическая информация по рассматриваемой проблеме. Авторы констатируют, что проблема переводческой интерференции является актуальной и важной в лингвистическом и переводческом аспектах.

Ключевые слова: интерференция, перевод, проблема, переводческие ошибки, сфера деятельности.

INTERFERENCE AS AN ISSUE OF TRANSLATION

Slobodskoy Mikhail Maksimovich, student, Orenburg State University, Orenburg, m.slobods@gmail.com

Supervisor: Khrushcheva Oksana Alexandrovna, candidate of philological sciences, associate professor of English philology and methods of English language teaching department, Orenburg State University (Orenburg, Russia)

Abstract. This article addresses the problem of interference in translation. The study undertaken by the authors is based on a body of examples, which includes translation cases involving language interference. Examples of interference in texts referring to different spheres of human activity are provided. Theoretical information on the considered problem is given. The authors state that the problem of translation interference is relevant and important in linguistic and translation aspects.

Keywords: interference, translation, problem, translation errors, sphere of activity.

В настоящее время проблема интерференции рассматривается как одна из центральных в ряде гуманитарных наук: лингвистике, социологии, переводоведении, что обусловлено антропологизмом и несознательным отношением к языку.

В фокусе внимания нашего исследования находится именно переводческая интерференция. По нашим наблюдениям, в случае интерференции переводчик идет по пути наименьшего сопротивления и сохраняет в переводе элементы иностранного языка, тем самым нарушая нормы и узус переводящего языка. Примеры интерференции в переводе находим во многих сферах человеческой деятельности. Среди них реклама, информационные технологии, академическая и спортивная сферы. При ознакомлении и анализе можно заметить, что множество текстов, относящихся к обозначенным сферам, содержат элементы английского языка в виде прямых заимствований, которые в ряде случаев подвергаются частичной ассимиляции. Данный феномен в большинстве случаев является отталкивающим фактором, поскольку реципиент не получает необходимый

объем информации, не понимает значения слова в контексте, чувствует себя дезориентированным.

В качестве примеров переводческой интерференции в рекламе мы взяли за основу рекламу точек ресторанов быстрого питания.

Вкусно – и точка:

– «Те самые куриные **снэки**»;

– «**Бигфест**»;

– «Выгодные пары **роллов**».

KFC:

– «**Сандерс бургер** … по купону 22»;

– «**Баскеты** добра. Снова в школу!».

Burger King:

– «Стань звездой в **LIKEE** … **3D-патч** внутри»;

– «**Итальяно** коллекция»;

– «Заказывай прямо здесь … Без очередей и с **кешбеком**».

Ниже приводятся примеры переводческой интерференции в сфере информационных технологий [6]:

– «You can also run popular **open-source programming languages** such as python, perl, ruby, php, and gcc». – «Вы также можете работать с популярными **Open Source-языками программирования**, такими как Python, Perl, Ruby, PHP и GCC».

– **«OLED screens** began appearing in smartphones several years ago and are used today in phones from Samsung, LG, and other competitors». **– «OLED-экраны** начали появляться в смартфонах еще несколько лет назад, ими снабжены сегодня телефоны Samsung, LG и ряда других производителей».

Интерференция в академической сфере может быть продемонстрирована на следующих примерах:

– «Особенности управления проектами в ИТ: **диджитализация** современных компаний»;

- «Баланс требований в цифровую эпоху, **фреймворк** «Кеневин»»;

– «Все конкурсы, бесплатные курсы и **акселераторы**, новые сервисы и другие возможности для технологических предпринимателей, лидеров проектов и инициатив и всех, кто любит учиться и узнавать новое, собраны здесь!»;

– ««Профессия – **трекер**, или как **стартапу** быстро выйти на рынок и не умереть». Что входит в работу трекера для бизнеса, кому подходит эта профессия и как ее освоить».

Приведем примеры интерференции в текстах спортивной сферы:

– «Криштиану Роналду все лето ищет себе **мэтч** в **тиндере**, но ветряные **девушки-гранды** неизменно **свайпают** его профиль…»;

– «Прошлым летом в «Челси» перешел **вингер** Рахим Стерлинг»;

– «В этом сезоне 41-летний **форвард** еще не играл за «Милан» из-за травмы колена»;

– «Со следующего лета в отношении «Барселоны» вновь будет действовать правило 1/4, что сделает **трансфер** Месси практически невозможным, поэтому президент сине-гранатовых Жоан Лапорта хочет подписать аргентинца зимой».

Ситуация с интерференцией в спортивных средствах массовой информации представляет особый интерес в связи с теми мерами, которые принимает руководство телеканала «Матч ТВ» по снижению употребления иностранных слов в эфире. Журналисты получили рекомендации о нормах использования родного языка в процессе выступлений и комментирования, которые нашли отражение в таблице 1.

Таблица 1. Требования к журналистам телеканала «Матч ТВ» о нормах речи

Допустимо к употреблению в эфире	Допустимо к употреблению в эфире только в	Недопустимо к употреблению в эфире

	специализированном поясняющем контексте	
Арбитр	Амплуа	Андердог
Аут	Бисиклета	Ассист
Блок	Бокс-ту-бокс	Бэкграунд
Гол	Вингер	Голеадор
Дубль	Дерби	Дэф
Дриблинг	Инсайд	Лайкать
Кросс	Инсайдер	Лонг-болл
Лайнсмен	Латераль	Лузер
Либеро	Реджиста	Мидфилдер
Офсайд	Тиффози	Ноунейм
Пенальти	Треквартиета	Но-тач-пас
Плей-офф	Фантазиста	Реф
Прессинг	Челендж	Ростер
Рабона		Свипер
Рейтинг		Скиллз
Сейв		Страйкер
Спурт		Таргетмен
Фан-клуб		Хайлайт
Хет-трик		Чемпионшип

Феномен языковой интерференции рассматривается многими исследователями. Так, по определению Ю.Ю. Дешериевой, «интерференция (от латинского «inter» – между собой, взаимно и «ferio» – касаюсь, ударяю) – взаимодействие языковых систем в условиях двуязычия, складывающегося либо при контактах языков, либо при индивидуальном освоении неродного языка; выражается в отклонении от нормы и системы второго языка под влиянием родного...» [4].

Существуют различные классификации подвидов языковой интерференции, предложенные отечественными и зарубежными исследователями, в ряду которых В.В. Алимов, Ж. Багана, У. Вайнрайх, В.А. Виноградов.

Так, по мнению У. Вайнрайха интерференцию следует разделять на следующие типы:

1) фонетическая (ошибки, искажающие звуковую форму и смысл сказанного);

2) грамматическая (нарушение порядка слов в предложениях, переложение грамматической структуры одного языка на другой, ошибки, обусловленные способами и средствами оформления связи согласования и управления);

3) лексическая (вмешательство лексики одного языка в другой) [3].

По типологии Ж. Багана, существуют следующие варианты языковой интерференции:

1) фонетическая;

2) фонологическая;

3) грамматическая;

4) лексическая [2].

Согласно классификации В.В. Алимова, интерференция делится на:

1) звуковую: фонетическую, фонологическую, звуковую-репродукционную, которые связаны со звуковым строем языка;

2) орфографическую, связанную с нарушением правил правописания слов и выражений;

3) грамматическую, связанную с морфологией, синтаксисом и пунктуацией;

4) лексическую, связанную с неправильным использованием лексического состава;

5) семантическую, приводящую к искажению смысла;

6) стилистическую, связанную с неправильным употреблением стилистически окрашенных слов и выражений.

Кроме того, исследователь отмечает, что «попытки использовать какие-то аналогии внутри языка часто приводят к внутриязыковой интерференции» [1].

Вышеприведенные типологии доказывают, что феномен языковой интерференции находит свое отражения на всех языковых уровнях.

Подводя итог рассмотрению явления интерференции в языке и переводческой деятельности, вынуждены констатировать, что проблема языковой интерференции вызывает значительные трудности для понимания текста перевода, поскольку переводчики зачастую допускают ошибки, сопряженные с данным феноменом. Безусловно, для лучшего понимания текста перевода необходимо отказаться от использования иностранных слов и выражений. Кроме того, ошибки, вызванные языковой интерференцией не только затрудняют понимание текста перевода реципиентом, но и создают отталкивающий эффект. Переводчик, в свою очередь, должен стремиться не идти по пути наименьшего сопротивления и создавать адекватный эквивалентный текст на языке перевода.

Список использованных источников

1. Алимов В. В. Интерференция в переводе: на материале профессионально ориентированной межкультурной коммуникации и перевода в сфере профессиональной коммуникации / В. В. Алимов. 2-е изд. – М.: КомКнига, 2011. – 232 с.

2. Багана Ж. Языковая интерференция в условиях франко-конголезского билингвизма: Автореф. дис. докт. филол. наук. / Ж. Багана. – Саратов, 2004. – 350 с.

3. Баранникова Л.И. Сущность интерференции и специфика ее появления / Л.И. Баранникова // Пробл. двуязычия и многоязычия. – М., 1972. – С. 88-98.

4. Вайнрайх У. Языковые контакты. Состояние и проблемы исследования / пер. с англ. яз. и комментарии д. филол. н., проф. Ю. А. Жлутенко. / У. Вайнрайх. – Киев: Изд-во при Киевском государственном университете издательского объединения «Вища школа», 1979. 264 с.

5. Дешериева Ю. Ю. О внутриязыковой интерференции / Ю.Ю. Дешериева // НДВШ. Филологические науки. – 1976. – № 4. – С. 101-104.

6. Нефедова Л. А., Краснопеева Е.С. Англо-русские гибридные образования в тексте перевода: о межъязыковой интерференции в контексте переводческих норм / Л.А. Нефедова, Е.С. Краснопеева // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. – 2020. – №4. – С. 86-98.

УДК 811.11-112

К ВОПРОСУ О ПОЯВЛЕНИИ НЕОЛОГИЗМОВ

Хрипунова Н. С.
Студент, Оренбургский государственный университет, Оренбург, natalij-20-02@mail.ru

Научный руководитель: Щербина Валентина Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии и методики преподавания немецкого языка, Оренбургский государственный университет, Оренбург

Аннотация. Статья посвящена анализу причин и способов появления неологизмов в немецком языке. Особое внимание уделено рассмотрению основных сфер, в которых наиболее продуктивно появляется новая терминология. Анализируются теоретические источники, посвящённые классификации неологизмов немецкого и русского языков, определению неологизмов и причинам обновления словарного состава языков. Автор делает вывод, что для ряда сфер жизнедеятельности человека характерны неологизмы, заимствованные из английского языка.

Ключевые слова: неологизм, окказионализм, IT-сфера, феминизм, заимствования.

ON EMERGENCE OF NEOLOGISMS

Khripunova Natalya Sergeevna, student, Orenburg State University, Orenburg, natalij-20-02@mail.ru

Research advisor: Shcherbina Valentina Evgenievna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of German Philology and German Language Teaching Methods, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. The article is devoted to the analysis of the causes and methods of the appearance of neologisms in the German language. Special attention is paid to the consideration of the main areas in which new terminology appears most productively. The theoretical sources devoted to the classification of neologisms of German and Russian languages, the definition of neologisms and the reasons for updating the vocabulary of languages are analyzed. The author concludes that a number of spheres of human activity are characterized by neologisms borrowed from the English language.

Keywords: neologism, occasionalism, IT-sphere, feminism, loan word

Процесс обновления словарного состава немецкого языка, как и любого другого, непрерывен. Язык – это естественная структура, которая каждый день меняется и постоянно приспосабливается к меняющимся условиям. В каждом языке есть тенденции развития, которые определяют исчезновение старой, вышедшей из употребления лексики, называемой архаизмами, и появление новых слов, т.е. неологизмов.

По В.С. Виноградову, неологизмы – это закрепляющиеся в языке новые слова или значения, которые называют новые предметы мысли [1, 2001: 121].

В век повсеместной информатизации, компьютеризации и глобализации таких слов возникает бесчисленное множество, а пройдя необходимые стадии социализации (принятия в обществе) и лексикализации (закрепления в языке), они включаются в активный словарный состав языка и пополняют запас общеупотребительных слов.

Лексический состав языка тесно связан с историей, культурой и жизнью носителей языка, и меняется по различным причинам. В.В. Лопатин выделяет следующие [4, 1973: 58-60]:

1. Становление определенных слов неактуальными, редкое использование, и, в конце концов, уход из речи, или употребление в качестве архаизмов и историзмов (*der Ritter, das Turnier, der Minnesang*).

2. Появление новых слов. Они либо означают что-то не бывшее до этого в употреблении, либо заменяют уже имеющееся слово, вытесняя предыдущее (*die Minne – die Liebe, der Oheim – der Onkel*).

3. Изменение значения слов. При метафорической интерпретации вместе с существующими значениями слова появляются новые, которые расширяют его семантическую структуру (*die Mutter* – мать, гайка, *die Decke* – одеяло/покрывало, потолок).

Р. Клаппенбах и В. Штайниц выделяют три вида неологизмов в немецком языке, основываясь на Словаре современного немецкого языка [11, 1968: 170-172]:

1. Собственно неологизмы (*Neuwörter*): к ним относятся совершенно новые слова, и не существовавшие в этой форме (*simsen* – отправлять смс).

2. Семантические неологизмы (*Neubedeutungen*): уже существующий термин приобретает дополнительное значение (*die Maus* – грызун, компьютерное устройство).

3. Новообразования *(Neue Kombination*): здесь существующие слова объединяются по-новому и, таким образом, становятся неологизмом. Например, кафе (*das Café*), которое предоставляет своим посетителям доступ в Интернет (*das Internet*) за дополнительную плату, – это *das Internetcafé*.

Носители языка создают новые слова каждый день. Обычно это делается с помощью композитов, чтобы заполнить пробел в языке, но эти новообразования используются единожды, т.е являются окказионализмами.

Окказионализмы – слова, образованные в какой-либо определённый временной момент, применительно к какому-либо специальному случаю, как одна из разновидностей неологизмов (в лингвистике) [2]. Термин, возникающий при этом, не входит в лексический запас языка и используется только в данной ситуации. Таким образом, порекомендованные в 1966 г. Х. Беккером неологизмы с целью обозначения этапов формирования немецкого языка *Höfischdeutsch, Ständedeutsch, Gültigdeutsch, Spitzendeutsch и Volksdeutsch* сохранились однократными образованиями, и на сегодняшний день в специальной литературе не используются. По аналогии со словом *die Einsamkeit* (одиночество) в свое время сложилось шутливое *die Zweisamket* (одиночество вдвоем) и стало встречаться в некоторых ситуациях, но производные *die Dreisamkeit* и *die Viersamkeit* так и остались окказиональными словами.

В.С. Виноградов подразделяет окказионализмы на две разновидности: потенциальные (потенциализмы) и индивидуально-авторские(эгологизмы) слова. Эгологизмы отличаются индивидуально-авторским своеобразием и броской новизной и преимущественно появляются в юмористических и сатирических произведениях литературы [1, 2001: 123]. Такого рода лексика является особенностью авторского стиля Эльмара Шенкеля, который часто использует ее в своих произведениях. Например, *der Radheiler* (*das Rad + das Heiler* – целитель велосипедов), *der Baumeler* (от глагола *baumeln*, который переводится как «раскачиваться», «болтаться»), *muttertreppenallein* (от слова *mutterseelenallein* – в гордом одиночестве), *Käsonien* (Сырляндия).

Е.В. Сенько вводит термин «потенциальные неологизмы» для обозначения того, что еще не существует, но может появиться [7, 2007: 26], а М.Н. Эпштейн предлагает называть такие слова футурологизмами. В качестве примера можно привести слова *cyberspace* и *cyberpunk*, использованные Уильямом Гибсоном в 1984 году в трилогии «Киберпространство» [8, 2005].

Отличие окказионализма от неологизма состоит в том, что первый нужен говорящему только в одноразовой ситуации, чтобы заполнить пробел в словарном запасе.

Михаэль Кинне одним из критериев неологизмов выделяет их принадлежность к национальному языку [10, 1996: 343]. Под национальным языком понимается язык нации, сложившийся в процессе ее развития; система нескольких форм существования языка: литературный язык (устная и письменная формы) – народно-разговорные разновидности языка и диалекты [3, 2010: 214]. Таким образом, регионализмы, а также профессиональная лексика и слова, используемые в определенной группе, неологизмами не являются. Неологизмы отличаются от устоявшихся, давно используемых слов тем, что либо форма и значение, либо просто значение слова воспринимаются большинством представителей данного языкового сообщества как новые. Михаэль Кинне различает два типа неологизмов: новое слово (*Neuelexem*) и новое значение (*Neubedeutung*) [10, 1996: 337].

Социальные изменения, требующие политического признания или подтверждения законности какого-либо права или полномочия, часто приводили к созданию слов.

С колониализмом и развитием расовых теорий в немецкой африканской терминологии образовалось множество новых терминов. Колониальный миф о признании прав Африки как однородного и подчиненного «другому» и, следовательно, нуждающегося в "окультуривании" со стороны Европы остается неизменным в практике именования и сейчас. Этот подход находит отражение в колониальной практике именования, где африканские самоназвания были проигнорированы. Но поскольку Африка была сконструирована как «другая», европейские колонизаторы в то же время отказались использовать термины, применимые к европейским обществам, в африканском контексте. Например, для обозначения множества названий правителей в африканском обществе термин *der Häuptling* был введен в широком смысле. Другие неологизмы основаны на устаревшем предположении, что люди делятся на «расы». К ним относятся такие термины, как *Neger/in, Schwarzafrika, Mulatte* и *Mischling*.

Средства массовой информации хороший способ отслеживать изменения, происходящие в обществе. В качестве примера можно привести несколько социальных тем, которые волновали немецкое население в последние годы.

Одна из таких – феминизм и гендерное неравенство. Появившийся в конце октября 2017 года хэштэг #MeToo, связанный с домогательствами и харасментом по отношению к женщинам, повлек за собой создание массы ранее не имевшихся определений и дефиниций, отражающих сегодняшнее положение женщин в обществе и проблемы, с которыми они сталкиваются. Например, *Mannklären/Mannerklären* или *Herrklären* (ситуация, когда мужчина что-то объясняет женщине, основываясь на стереотипе, что она не разбирается в этом); *Mannspreizen* или *Mannbreiten* (упрек мужчине, который сидит в общественном месте с широко раздвинутыми ногами, тем самым занимая места больше ему необходимого); *Minuskavaler* (обозначения мужчин, грубо попирающих достоинство женщины, нормы поведения); *Gender Pay Gap* (гендерная разница в размерах заработной платы, которую мужчины и женщины получают за одну и ту же работу); *lookism* (дискриминация человека за его внешний вид).

Развитие IT сферы и интернета принесло в языки множество неологизмов. Языком международного общения в онлайн-пространстве стал английский, и, следовательно, большинство слов были частично заимствованы из этого языка. Во Всемирной Паутине неологизмы появляются постоянно. Некоторые из них становятся ультрамодными и трендовыми, а потом уходят из употребления, какие-то прочно закрепляются в языке и переходят в разряд повсеместно употребляемых. Например, *der E-Müll* или *der Spam-Post* (массовая рассылка корреспонденции рекламного характера лицам, не выражавшим желания её получить), *die Netikette* (правила поведения, общения в Сети, традиции и культуры интернет-сообщества, которых придерживается большинство), *das Selfie* (разновидность автопортрета, созданного с помощью фотоаппарата, иногда при помощи зеркала, монопода или автоспуска), *die Trollerei* (человек, который публикует

подстрекательские, неискренние, отступающие от темы сообщения в онлайн-сообществе), *der Trollbeitrag* (форма издевательства в интернет-общении), *der Online-Gespräch* или *der Chatraum* (средство обмена сообщениями в интернете в режиме реального времени), *der Daten-Cowboy* (компьютерный взломщик), *der Blog* (веб-сайт, основное содержимое которого регулярно добавляемые человеком записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа), *googeln* (искать информацию в браузере), *die Raubkopie* («пиратская» нелицензированная копия), *teamsen* (проводить время или работать в приложении Teams), *scrollen* (прокручивать интернет-страницы на электронных устройствах), *die Memes* (смешные картинки о жизненных ситуациях),

Со временем, укоренившись в языке и попав в словарь, качества неологизмов в компьютерной лексики перестали существовать. Так обстоит дело, например, со словом *der Laptop*. Это композит двух английских слов *lap*, что означает «колени», и *top*, что можно перевести как «поверхность». К бывшим неологизмам можно отнести и *ankliken* (щелкать мышкой), *das Icon* (ярлык программы на мониторе), *das Internet* (интернет), *der Klammerafe* («собачка»), *die Mail* (электронное письмо), *der Treiber* (драйвер), *der Tintendrucker* (струйный принтер), *die Tonerpatrone* (картридж), *die Säule* (диаграмма в виде столбцов), *der Papierstau* (затор «зажевывание» бумаги), *die Befehlszeile* (командная строка), *der Beiname* (псевдоним, ник), *die Datei* (документ, файл).

Заимствования являются самыми заметными новшествами языка. Как и другие развитые языки немецкий интегрирует новые обозначения из разных языков. Сегодня сильна тенденция черпать слова и выражения из английского, точнее, его американского варианта. Например, только в Германии смартфон или мобильный телефон называют *das Handy*, а само прилагательное *handy* в английском языке означает «под рукой» или «практичный». Англицизмы – это слова не английского, а немецкого языка. У них есть черты, которые отличают их от английских слов, даже если они заимствованы. Таким образом, все существительные в немецком языке имеют род и пишутся с заглавной буквы. Ни то, ни другое не относится к английскому языку. Причастие от английского *to start – started*, а от немецкого *starten – gestartet*. Ни одна форма немецкого глагола не соответствует полностью форме английского. Слово *der Stress*, что касается произношения, написания и склонения, ведет себя не иначе, чем *der Riss, der Hass* или *der Stuss*, прилагательное *proper* не отличается от *heiter*, а глаголы *starten* и *strichen* спрягаются одинаково, не смотря на то, что происходят от англицизма *start* и немецкого *das Strichen* соответственно.

То же самое относится и к значению англицизмов. Слово *der Streick,* заимствованное в 1840-х годах, а затем интегрированное в немецкий язык Питером Айзенбергом, имеет более узкое значение, чем английское *strike*, которое, например, также может означать нападение (*der Angriff*). Среди молодых заимствований *body bag* имеет значение рюкзак (*der Rucksack*), в то время как в английском языке *body bag* может означать мешок для транспортировки трупов (*der Leichensack*). Немецкое *der Smoking* можно перевести на английский как *dinner jacket*, а английское *smoking* на немецкий как *die Hausjacke*. Такое простое слово, как английское *song* эквивалентно немецкому *das Lied*, но немецкое *der Song* является видом песни.

Неологизмы появляются в языке и, особенно, в устной речи постоянно. Многие из них так органично вливаются в коммуникацию, настолько звучат привычно и соответствуют стандарту языка, что их обычно не замечают, другие же, – напротив, обладают запоминающимся сочетанием звуков или морфем и очень приметны. Новые слова появляются в языке благодаря заимствованиям из других языков, средствам массовой информации, развитию различных сфер жизни человека, ситуациям и обстоятельствам, в которых возникновение новой терминологии необходимо. Слова, употребление которых ограничивается определенной ситуацией и за ее пределами не будут использоваться, зовутся окказионализмами.

Список использованных источников

1. Виноградов, В.С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). / В.С. Виноградов. – Москва:, 2001, – 224 с.

2. Ефремова, Т.Ф. Новый толковый словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://gufo.me/dict/efremova (дата обращения: 16.10.2022)

3. Жеребило, Т.В. Словарь лингвистических терминов : Изд. 5-е, испр-е и дополн. / Т.В. Жеребило. – Назрань: Пилигрим, 2010. – 486 с.

4. Лопатин, В.В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования / В.В. Лопатин. – Москва: Наука, 1973. – 150 с.

5. Розен, Е.В. Немецкая лексика: история и современность : учеб.пособие / Е.В Розен. – Москва: Высшая школа, 1991. – 96 с.

6. Розен, Е.В. На пороге 21 века. Новые слова и словосочетания в немецком языке / Е.В. Розен. – Москва: Менеджер, 2000. – 192 с.

7. Сенько, Е.В. Неологизация в современном русском языке: межуровневый аспект. СПб.: Наука, 2007. – 224 с.

8. Эпштейн, М.Н. Проективный словарь философии. Новые понятия и термины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.topos.ru/article/3374 (дата обращения: 16.10.2022).

9. Arndt S. Kolonialismus, Rassismus und Sprache: Kritische Betrachtungen der deutschen Afrikaterminologie / S. Arndt // Africa Spectrum : Journal / Unrast-Verl. – Münster, 2004. – № 39. – 467-468 S.

10. Kinne, M. Neologismus und Neologismenlexikographie im Deutschen. Zur Forschungsgeschichte und zur Terminologie, über Vorbilder und Aufgaben / M. Kinne // Deutsche Sprache : Zeitschriftung / Erich Schmidt Verlag GmbH & Co.. – Berlin, 1996. – № 4. – 327-358 S.

11. Klappenbach, R. Worterbuch der deutschen Gegenwartssprache / R. Klappenbach, W. Steinitz. – Berlin : Akademie-Verlag,1974. – 2130 S.

СЕКЦИЯ 2 «ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В АСПЕКТЕ НАУК О ЧЕЛОВЕКЕ»

УДК 811.581.11

КИТАЙСКИЕ ЭВФЕМИЗМЫ КАК ОЦЕНКА ЛИЧНОЙ СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА ПРИ ПЕРЕВОДЕ НА АНГЛИЙСКИЙ И РУССКИЙ ЯЗЫКИ

Абросимова Е. С.
Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, vejs99@inbox.ru

Научный руководитель: Баймуратова Ульяна Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. Статья посвящена проблематике функционирования национальных социокультурных эвфемизмов в китайском языке и поиску адекватных эквивалентов их перевода в русском и английском языках. Ключевым различием в употреблении эвфемизмов в этих языковых системах является первостепенная коммуникативная цель, что следует учитывать в процессе межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: эвфемизм, китайский язык, перевод, межкультурная коммуникация.

CHINESE EUPHEMISMS AS AN ASSESSMENT OF A PERSON'S PERSONAL SPHERE OF ACTIVITY WHEN TRANSLATED INTO ENGLISH AND RUSSIAN

Abrosimova Ekaterina Sergeevna, student, Orenburg State University, Orenburg, vejs99@inbox.ru

Research advisor: Baimuratova Ulyana Sergeevna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Translation and Translation Studies, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. The article is devoted to the functioning of national socio-cultural euphemisms in Chinese and the search for adequate equivalents of their translation in Russian and English. The key difference in the use of euphemisms in these language systems is the primary communicative goal, which should be taken into account in the process of intercultural communication.

Keywords: euphemism, Chinese, translation, intercultural communication.

Межкультурная коммуникация представляет собой столкновение двух или более языковых систем, представители каждой из которых являются носителями собственного культурного кода с его картиной мира. В то время как в одной культуре большой ценностью наделяться прямота и откровенностях, в других первостепенными выступают соображения вежливости. Во втором случае в языковой системе широкое распространение получают иносказательные обороты, призванные смягчить или замаскировать те или иные явления и предметов с отрицательной смысловой коннотацией. В русском языке подобные обороты принято называть термином «эвфемизм», в английском – «euphemism», в китайском – 委婉语 (wěiwǎnyǔ – тактичная речь) [1, 2020].

Актуальность работы определяется тем фактом, что быстрый рост глобализационных процессов обеспечил увеличение интенсивности межкультурный контактов, что, в свою очередь обусловило необходимость анализа, изучения и осмысления общения людей, принадлежащих к разным культурам и говорящим на разных языках.

Хорошее владение иностранным языком не гарантирует успеха говорящего, поскольку помимо грамматических правил необходимо в достаточной мере обладать знаниям в области национальных традиций общения в языке, реальностей речевого этикета, правил общения в тех или иных социальных условиях. Для достижения целей необходимо владеть паралингвистическими средствами общения.

Цель исследования – проведение сравнительного анализа функционирования эвфемизмов в китайском, русском и английском языках.

Объект исследования – эвфемизмы в сфере деятельности человека.

Предмет исследования – перевод эвфемизмов с китайского на русский и английский языки.

Проблемам эвфемии посвящено большое количество работ отечественных и зарубежных лингвистов. Этой тематике посвящены исследования Г. Пауля, С. Видлака, И.Р. Гальперина, Б.А. Ларина, А.М. Кацева, Б. Купера и др. При этом в научной литературе не был выработан универсальный подход к определению термина «эвфемизм», что объясняется широким перечнем лексиконы – грамматических форм подобных иносказательных оборотов. Эвфемизмы представляют собой способ выражения национальной картины мира, особенностей национального этикета [3, 1988], что обуславливает особую сложность перевода подобных лексических единиц, что справедливо и для пар языков китайский – русский, китайский – английский.

Любая языковая система – общественный феномен, отражающий социальные особенности носителей того или иного культурного кода. В китайском, русском и английском языках эвфемизмы широко распространены в разговорной речи как способ выражения ценностной картины мира носительниц этих культур. Для китайского языка свойственно употребление эвфемизмов в целях обеспечения комфорта собеседника за свет повышения степени приемлемости информации с негативными смысловыми коннотациями. В русском и английском языках это дополняется стремлением сохранить собственное лицо и сформировать образ вежливого человека.

Так, представители вышеупомянутых языковых систем предпочитают использовать слова с положительной окраской для оценки некоторых нелицеприятных фактов личной деятельности человека. Например, иероглиф 小气(xiǎoqì) несёт в себе значение «жадный, скупой», но редко используется в отношении оценок деятельности человека, предпочтительным выступает лексема 节约(jiéyuē), эквивалентами ее перевода на русский язык выступают слова «экономный»; «умеренный»; на английский – «canny»; «abstemious».

Аналогичный порядок наблюдается и при оценке трусливых или малодушных людей, в китайском языке принято заменять иероглиф 胆小 (dǎnxiǎo – трусливый, пугливый) лексемой 谨慎(jǐnshèn), в русском языке по своему значению ей соответсвует «осмотрительный», в английском – «discreet»или «cautious».

Кроме того, носители китайского языка избегают использования лексемы 愚笨 (yúbèn – тупой, совершенно бездарный), заменяя ее на 老实 (lǎoshi). Аналогичные примеры можно найти и в русском: вместо «тупой» или «глупый» в разговоре будет использовано слово «простодушный» или паремия «не семи пядей во лбу»; в английском: «stupid» для смягчения будет заменено на «simpleminded» или «naive».

Вышеописанные примеры позволяют сделать вывод о том, что в китайском, русском и английском языках эвфемизмы функционируют как способ создать приятный образ говорящего собеседника, произвести на него хорошее впечатление, смягчив отрицательные оценки личной деятельности. В подобных ситуациях употребление эвфемизмов оправдано стремлением избежать прямого указания на тот или иной неприятный факт, за счёт использования мягких, тактичных оборотов при передаче подобных смысловых коннотаций.

Другой особенностью, характеризующей особенности функционирования эвфемизмов в китайском, русском и английском языках, выступает создание дистанции между лексической единицей и феноменом, который она обозначает, в лингвистике такой порядок принято обозначать с помощью термина «косвенностью номинации» [5, 1961]. В практическом отношении это выражается в использовании идиоматического пласта языка для передачи скрытых смыслов. В качестве эвфемизмов выступают фразеологизмы, пословицы и поговорки [2, 2012], при переводе подобных лексических единиц наиболее правильным считается подбор близкой по смыслу паремии. Например, в китайской культуре табуированной остаётся тема проблем в семейной жизни, чем обусловлено возникновение образного эвфемизма 琴瑟不调(qínsèbùtiáo – досл. «скрипка и арфа не настроены»). Эквивалентом в русском языке будет выступать идиома «трещать по швам»; в английском – «ontherocks».

Эвфемизмы используются не только для смягчения негативных смысловых коннотация, но и для передачи некоторых деликатных, интимных значений. Так, для указания на беременность женщины используются не биологические или медицинские термины, а идиомы. Носители китайского языка используют фразеологизм有喜(yǒuxǐ – досл. «иметь радость»); русского – «в интересном положении»; английского – «in the family way», «in a delicate condition», «in the pudding club», «to have a bun in the oven», «to be up the pole», «up the duff», «eating for two». Для указания на женщин, занимающихся проституцией, в этих трёх языках также функционирует ряд устойчивых выражений: в китайском языке – это 贱业(jiànyè – «низкая профессия»); в русском – «древнейшая профессия»; «ночная бабочка»; «женщина легкого поведения»; «женщина низкой социальной ответственности»; в английском – «lady of the night»; «scarlet – woman»; «be on the game». В некоторых случаях подобные идиомы выступают для обозначения легкомысленных женщин.

При этом стоит подчеркнуть различия при употреблении эвфемизмов в различных языковых системах. Основной целью употребления эвфемизмов в китайской культуре выступает желание продемонстрировать добродушное отношение к собеседнику. Реализация этой задачи важна также и для носителей русского и английского языков, но она не носи первостепенный характер, уступая место цель сделать собственную речь более вежливой и изысканной. Таким образом, в картине мира носителей китайского языка важнее оказывается отношение к собеседнику, в то время как в русском и английском говорящий преследует цель продемонстрировать собственный культурный статус.

Эвфемизмы, созданные с помощью тропов, обеспечивают положительный коммуникативный эффект, поскольку в них заключён только некий намёк на грубый, неприятный или в высшей степени деликатный феномен, о котором идёт речь, а не прямое указание на него.

Таким образом, общими для трёх рассмотренных языковых систем выступают такие характеристики процесса эвфемизация, как косвенность высказывания, его образность и многозначительность. Эвфемизмы служат определённым отражением исторических и культурных особенностей той или иной наций, в них заключены реалии национальной картины мира.

Несмотря на то, что русский, английские и китайские эвфемизмы призваны создать приемлемость высказываний негативного характера, в различных языковых системах их первостепенная функция различается. Так носители китайской культуры в первую очередь стремятся соблюсти интересы собеседника, тогда как в английской и русской коммуникативной среде важнее продемонстрировать собственную вежливость и благопристойность. Китайские эвфемизмы в большей степени характеризуются стремлением обеспечить высокую степень толерантности, что необходимо учитывать при переводе.

Подводя итог, стоит сказать, что понизительных эвфемизмов в китайском языке несколько шире, чем в русском и английском языках. Эту особенность необходимо учитывать в процессе межкультурной коммуникации и поисков адекватных переводных эквивалентов. Такой порядок требует владения фоновыми знаниями о культурном коде представителей той или иной языковой системы.

Список использованных источников

1. Акбаш, В.А. Сопоставительный анализ национально-культурных особенностей происхождения и функционирования эвфемизмов в китайском и русском языках // МНКО. 2020. №2 (81). С.588-590.

2. Арсентьева, Ю.С. Фразеологизмы-эвфемизмы в английском и русском языках: дис. ... канд. филол. наук: Казань, 2012. 177 с.

3. Кацев, А.М. Языковое табу и эвфемия: учеб. пособие к спецкурсу. Л.: ЛГПИ им. А.И. Герцена, 1988. 80 с.

4. Костомаров, В.Г., Прохоров Ю.Е. Язык и «язык культуры» в межкультурном общении. М.: Русский язык, 1998. 128 с.

5. Ларин, Б.А. Об эвфемизмах // Ученые записки Ленинградского ун-та. Серия филологических наук. 1961. Вып. 60. № 301. С. 110-124.

6. Пауль, Г. Принципы истории языка. М.: Книга по Требованию, 2013. 502 с.

7. Сеничкина, Е.П. Эвфемизмы русского языка: Спецкурс. М.: Флинта, 2012. 121 с.

8. Сюй, Л. Новый лингвокультурологическии подход к сопоставлению «табуизмов-эвфемизмов» в русском и китайском языках// Наука и школа. 2022. №3. С.263-269.

УДК-82-83

ФИЛОСОФСКИЕ ОСНОВЫ ПЕРЕВОДА

Алагузова К. А.
Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, kseniaalaguzova@gmail.com

Научный руководитель: Завьялова Галина Ивановна, кандидат философских наук, доцент кафедры философии, культурологии и социологии, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. В статье описана история происхождения слова философия и раскрыта связь этого понятия с переводом. Рассмотрен вопрос о принадлежности перевода к философской проблематике и о сложностях перевода философского текста. В статье объясняется важность сохранения смысла и философской мысли при переводе с исходного языка на переводящий, так как большинство философских трудов опираются на герменевтику. Проанализировано происхождение и значение философской герменевтики, герменевтического круга и герменевтических аспектов в области перевода.

Ключевые слова: герменевтика, герменевтический круг, перевод, бытие, метод, философия.

PHILOSOPHICAL FOUNDATIONS OF TRANSLATION

Alaguzova Kseniya Andreevna, student, Orenburg State University, Orenburg, kseniaalaguzova@gmail.com

Research advisor: Zavyalova Galina Ivanonva, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Sociology, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. The article describes the history of the origin of the word philosophy and reveals the connection of this concept with translation. The definition of translation is given from a philosophical point of view. The question of whether the translation belongs to philosophical problems and the difficulties of translating a philosophical text is also considered. The article explains the importance of preserving the meaning and philosophical thought when translating from the source language into the translating one. The origin and significance of philosophical hermeneutics, hermeneutical circle and hermeneutical aspects in the field of translation are considered.

Keywords: hermeneutics, hermeneutical circle, translation, being, method, philosophy.

У переводчиков есть привычка испытывать некоторую жалость к самим себе. Проблема выражается не только в том, что их вклад в культуру постоянно недооценивается, хотя обычно так оно и есть. Их угнетает, прежде всего, так называемый вопрос «об их творческой идентичности».

Как и все писатели, переводчики всегда стремятся придать своей работе вид предопределенной правильности – в конечном итоге исходный текст должен соответствовать тексту переводящего языка, как правильно сложенная карта. Но даже когда переводчики вполне удовлетворены своей работой, они не могут испытать тех удовольствий, которые доставляют другим писателям – то есть подлинным авторам. Очевидно, что их исходный материал не является их собственным, но, что еще хуже, это не их стиль. Подобно писателям-призракам и фальсификаторам, переводчики должны

отказывать себе в удовольствии выработать особую индивидуальную манеру письма, так называемый характерный «голос». Предполагается, что романисты должны звучать как романисты, каждый по-своему, поэты как поэты, а эссеисты как эссеисты; но переводчик никогда не должен звучать как переводчик или оригинально обращаться со словами. Переводчик должен повторять движения его величества текста, ничего не убирая и ничего не добавляя. Перевод, традиционно понимаемый, – это искусство, которое скрывает переводчика.

Наряду с подделкой и искажением, перевод – это единственный вид письма, который будет осужден за то, что он выдает себя за то, что он есть. Если порядок слов или фигуры речи выдают произведение за перевод, то – будет сказано – оно должно быть плохим. То есть худшее, что может сделать переводчик (помимо полного непонимания оригинала), – это писать на своего рода «переводческом языке», как его называют, или «языке перевода», – где чужеродные фразы старательно транслитерируются из исходного текста, а неуклюжую угловатость заменяет оригинальная плавная грация. Вот почему переводы всегда являются легкой добычей для придирчивых критиков: без какого-либо изучения они могут автоматически высмеять их за то, что они звучат как перевод.

Но полная точность перевода – очевидно невозможна. Как всем известно, любой текст можно интерпретировать бесчисленным количеством способов. Даже самым скромным читателям необходимо вынести критическое суждение, сознательное или бессознательное, о том, какой текст они читают, прежде чем они смогут начать понимать его смысл. Точно так же переводчики тоже должны сделать некоторые общие интерпретационные решения, прежде чем они смогут приступить к переводу.

Углубимся в историю происхождения слова философия и рассмотрим связь этого понятия с переводом. Философия изначально была древнегреческим словом, дошедшим до нас через латинизированные и арабизированные формы, и его можно рассматривать как название традиции, которая пошла по тому же пути: начиная с Древней Греции, а затем – будучи переведенной на греческий язык, затем на латынь или арабский – распространяется по всему Средиземноморью, а также по всей Европе. Однако после эпохи Возрождения он начал говорить и на современных языках: итальянском, французском, английском и, наконец, немецком.

Таким образом, европейская философская традиция полностью многоязычна, возможно, в большей степени, чем любая другая интеллектуальная дисциплина. Почти все без исключения его основные практикующие могли читать на нескольких языках, и многие писали более чем на одном; немало также предприняли серьезные философские переводы. Даже самая примитивная философская библиотека по-прежнему содержит классику, первоначально написанную на греческом, латинском, французском, английском и немецком языках, и ни одна книжная полка не заполнена иностранными книгами и переводами так плотно, как книги философа. И некоторые из этих переводов сами по себе являются великими философскими достижениями. На английском языке в двадцатом веке, например, многие из лучших переводов являются философскими, и многие из величайших работ по философии являются переводами. Версия Миллера «Феноменология» Гегеля, опубликованная в 1977 году, великолепна; ее единственным явным недостатком является то, что она затмила совсем другой, но не менее замечательный перевод Бейли, датированный 1910 годом. Затем следует тщательная работа нескольких преданных переводчиков Гуссерля и замечательная последовательность параллельных текстов (немецкий и английский на лицевой стороне страницы). Превосходная версия "Критики чистого разума" английского перевода Нормана Кемпа Смита была прочитана тысячами студентов с тех пор, как она была впервые опубликована в 1929 году. Часто говорят, что немецкие читатели обращаются к нему, когда у них возникают трудности с толкованием оригинала.

Однако, вероятно, самым великолепным достижением из всех является версия Маккуорри и Робинсона «Бытия и времени» Хайдеггера, публикация которой в 1962 году

ознаменовала эпоху в истории философии на английском языке. Необычайная связь иератического и демотического стилей в прозе Хайдеггера, должно быть, заставила их дрогнуть; но Маккуорри и Робинсон, помимо образцовой точности дословного перевода, каким-то образом ухитрились получить такие фразы, как «бытие-в-мире», «бытие-с» и «бытие-навстречу смерти» или «готовность к рукопашному бою», и «присутствие под рукой» звучат почти как разговорный английский.

Существует много определений слова «перевод» с философской точки зрения. По мнению М.Э. Рябовой «Перевод – антропологическая константа человеческого бытия и условие возможности познания в гуманитарных науках; вместе с тем это не чисто академическая материя, но сфера страстей и столкновений» [5, 2022]. Н.С. Автономова, советский и российский философ, историк философии и переводчик философской литературы, считает, что философия тесно взаимосвязана с процессом перевода. Обращаясь к истории возникновения философии, можно увидеть, что философия многим обязана переводу. Прежде всего тут можно упомянуть таких представителей, как Гоббс, Лейбниц и Декарт. Н.С. Автономова трактует перевод как особого рода познание, инструмент формирования философских понятий: «Для того, чтобы философия могла возникнуть, каждый раз нужны, помимо определенных социальных условий, внутреннее побуждение, тяготение, определенное направление умствования и, разумеется, та интенсивная работа претворения чужого в свое, которая и находит свое наиболее яркое выражение в переводе» [1, 2008]. Процесс перевода стал отправной точкой формирования философских понятий. Но даже несмотря на этот факт, перевод не всегда был объектом, который замечала философия. Однако в своей статье Медведев Владимир Иванович, доктор философских наук отмечает, что «с точки зрения классической философии, перевод, конечно же, философской проблемой не является» [4, 2022]. В.И. Медведев также упоминал пренебрежительное отношение философии к языку.

Существует огромное количество видов перевода, но из всех видов перевода нет более сложного, чем перевод философии. Существует проблема неизвестности. Философское письмо, хотя его идеалом всегда может быть ясность, славится своей непонятностью. Польский философ Роман Ингарден считает, что единственным выдержанным эссе, посвященным философскому переводу, является каноном философской классики, включающим неясные отрывки и даже целые произведения. Как объяснил Ингарден, мы можем размышлять над философским аргументом месяцами, годами, даже десятилетиями, но в конце концов будем вынуждены признать, что «мы просто не понимаем». Однако это не вина наших способностей размышлять и понимать; проблема в том, как выразился Ингарден, что отрывок «действительно» и «объективно» неясен. И в философии, единственной среди теоретических дисциплин, неясность может быть именно тем качеством, которое делает произведение классическим: это указывает не на то, что текст недостаточно проработан, а на то, что он представляет собой искусно разработанную документацию по существу неразрешимой загадки. Читатели будут обращаться к нему снова и снова.

Но есть один класс читателей, которые не могут позволить себе просто наслаждаться лишь прочтением сложного текста: это его переводчики. Переводчики должны принимать решения, даже если это невозможно. Сам Ингарден потратил десятилетия на новый польский перевод «Критики чистого разума», пытаясь перевести некоторые из самых сложных предложений философского немецкого языка Канта на чистый польский; но, в конце концов, его совет коллегам-переводчикам заключался в следующем: «должны, как правило, сохранять неясность оригинала».

Перевод всегда являлся неотъемлемой частью межкультурной коммуникации, но с развитием международных отношений и активного роста к изучению других культур, понятие «перевод» стало еще более актуальным. Однако вопрос о принадлежности перевода к философской проблематике и о сложности перевода философского текста достаточно поверхностно рассматривается в наше время.

Большинство философских трудов о переводе опираются (базируются) на философскую герменевтику. Философская герменевтика – это искусство толкования, учение о понимании, о научном постижении предметов наук, об интерпретации. Исследования о переводе также рассматриваются с точки зрения теории познания или философии коммуникации. Кроме того, исследования могут рассматриваться с точки зрения психолингвистики, культурологии, психологии.

Знаменитый философ и переводчик Фридрих Шлейермахер, которому принадлежит канонический перевод Платона на немецкий язык, вывел герменевтику на новый уровень, превратив в универсальную теорию понимания. Для него задача герменевтики представляет собой классификацию способностей осознания письменных документов. По Шлейермахеру каждый документ обладает «языковым обнаружением», имеющим двоякую природу. С одной стороны, он является компонентом системы языка, с другой – индивидуальным выражением личности. В результате герменевтика должна ответить на два вопроса: изучить язык слова в контексте конкретной языковой системы и его дальнейшую реализацию. Перевод представляет собой сумму толкований грамматическую – беспристрастное, смысловое, и психологическое – позволяющее судить об определенных обстоятельствах использования языка.

Обобщенную трактовку Ганса Гадамера о философской герменевтики рассматривает универсальность интерпретации и понимания, что относит культуру и объект к единому целому. По его мнению, она представляет собой рассуждения об общей проблематике понимания. В своем традиционном толковании этот метод был настоящим искусством, с помощью которого разъяснялись тексты.

Немецкий философ, Вильгельм Дильтей, рассматривал теоретические проблемы гуманитарных наук на основе методов гуманитарного познания. Он создал концепцию понимания. Герменевтический круг по Дильтею – целостная взаимосвязь процесса жизни, которая может быть понята только исходя из отдельных частей этой взаимосвязи, а каждая из этих частей, в свою очередь, нуждается для своего понимания в учете всей целостности.

Герменевтические аспекты упоминаются многими авторами при описании самого процесса перевода. Например, Б.А. Ольховиков представляет герменевтический аспект точкой отсчета при переводе. На сегодняшний день герменевтический аспект занимается вопросами понимания и интерпретации текста переводчиком, а также реципиентами.

Перевод – в первую очередь, вид языкового посредничества, который тесно связан с философией, что прослеживалось еще во время происхождения самого понятия «философия». Перевод в рамках философии раскрывает творческую сторону людей. Передавая смысл через качественный перевод, у людей формируются знания в какой-либо области, которые становятся фундаментом развития человека, группы людей и общества.

Список использованных источников

1. Автономова, Н. С. Познание и перевод. Опыты философии языка / Н.С. Автономова. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2008.

2. Ельмслев, Л. Пролегомены к теории языка / Л. Ельмслев. М.: КомКнига, 2006. 248 с.

3. Куайн, У. Слово и объект / У. Куайн; пер. с англ. А. З. Черняк, Т. А. Дмитриев. – М., 2000.

4. Медведев, В.И. Перевод как философская проблема [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/perevod-kak-filosofskaya-problema/viewer (дата обращения: 30.08.2022.

5. Фролов, В.И. Перевод и философия: области пересечения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.thinkaloud.ru/feature/frolov-philosophy.pdf (дата обращения: 29.08.2022)

УДК 809.56

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ЯПОНЦЕВ НА ПРИМЕРЕ РАССМОТРЕНИЯ ПЕРСОНАЖЕЙ ЯПОНСКИХ АНИМЕ И МАНГА

Зыкова А. А.
Студент, ФГБОУ ВО ИФИЯМ ИГУ, г. Иркутск, z.alekseewna@gmail.com

Научный руководитель: Шалина Ирина Викторовна, кандидат исторических наук, доцент кафедры востоковедения ФГБОУ ВО ИФИЯМ ИГУ, г. Иркутск

Аннотация. В данной работе рассматривается понимание «языковой личности» в сфере лингвистики, отмечаются основные черты проявления личности, которые необходимо учитывать при осуществлении перевода японских комиксов манга, а также анимационных фильмов с японского на русский язык для создания наиболее точного образа героя. В частности, описывается литературный инструмент *якувари-го*, который используют писатели для облегчения коммуникации с читателем, а также быстрой и эффективной передачи некоторых особенностей и черт характера персонажей.

Ключевые слова: языковая личность, якувариго, ролевой язык, цундэрэ, японский язык.

TOWARD THE FORMATION OF JAPANESE LINGUISTIC IDENTITY BY EXAMINING THE CHARACTERS OF JAPANESE ANIME AND MANGA

Zykova Anastasia Alekseevna, student, Irkutsk State University, Irkutsk, z.alekseewna@gmail.com

Research advisor: Shalina Irina Viktorovna, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Department of Oriental Studies, Irkutsk State University, Irkutsk

Abstract. This article considers the understanding of "linguistic personality" in the field of linguistics, notes the main features of personality expression, which should be regarded when translating Japanese manga comics, as well as animated films from Japanese to Russian to create the most accurate image of the character. In particular, we describe the literary tool yakuwari-go, which is used by writers to simplify communication with the reader in order to convey certain features and personality traits of the characters quickly and effectively.

Key words: linguistic personality, yakuwarigo, role language, tsundere, Japanese language.

Языковая личность как один из факторов языка, культуры и сознания является универсальной по своей значимости категорией, обеспечивающей сохранение самобытной идентичности своего народа. Изучение языковой личности приобретает особую актуальность в связи с развитием антропоцентрического подхода в лингвистике: невозможно изучать язык сам по себе, не обращаясь к языковой личности как носителю и создателю языка с его этническими, религиозными, историческими, социальными и психолингвистическими особенностями.

Языковая личность в последние десятилетия является ключевым понятием в отечественной лингвистике, причем не только в психолингвистике, но и в когнитивной лингвистике, лингвокультурологии и многих смежных науках. Особую актуальность представляют исследования, направленные на изучение языковой личности как носителя общечеловеческих ценностей.

На сегодняшний момент не существует единой научной концепции или определения того, что такое «языковая личность». Однако это явление привлекает исследователей на всех уровнях лингвистических исследований, от фонетики до текстологии. В общем смысле ***языковая личность*** – это сочетание языкового поведения и самовыражения человека.

Языковое поведение человека формируется в первую очередь под влиянием его родного языка. Гипотеза лингвистической относительности гласит, что именно язык определяет мышление. Например, для японо- и русскоязычных людей сложными являются понятия определенного и неопределенного артиклей, которые естественно воспринимаются носителями романо-германских языков (английского, немецкого, датского).

Говоря о японском языке, необходимо заметить, что по сравнению с английским, в нём опускаются категории объекта и субъекта. То есть выражение, где англоговорящий человек выносит на первое место действующее лицо и то, над чем совершается действие, даже если изначально понятно, о чём идет речь, для японца звучит неестественно. На что это влияет? На ошибки в переводе с иностранного языка, которые являются следствием не плохого обучения, а другого языкового сознания, другой языковой личности.

Даже говоря на своем родном языке, мы прибегаем к различным регистрам общения, в зависимости от того, к кому хотим обратиться. С учетом сферы общения, мы задействуем разнообразную лексику, построение предложений и стиль речи. На становление языковой личности влияет не только родной язык как таковой, но и среда воспитания, уровень образования, сфера деятельности. Стоит обратить внимание на то, что языковая личность ученого, например, будет отличаться от языковой личности артиста или инженера. Ученые будут чаще использовать научную терминологию, даже в обычной речи. В то время как в речи инженеров метафоры чаще ассоциируются с механизмами и машинами. Таким образом, структура вербальной личности зависит от многих факторов. Среда, в которой мы воспитываемся, закладывает основы, но, как и наша личность, эта структура постоянно развивается. Ситуация становится интереснее, если языковая личность продолжает развиваться в чужой среде.

Во время чтения японских комиксов читатель может отметить, что язык, используемый для описания персонажей, соответствует образам изображенных людей. Это связано с тем, что для выражения своих мыслей люди используют определенную лексику, присущую личности в зависимости от уровня образования, поведения, окружающей среды, пола и возраста. Рассматривая японоязычные произведения, мы можем проследить такие различия.

В литературных произведениях авторы прибегают к ролевому языку, или 役割語 *якувари-го* – это тип языка, на котором говорят персонажи, будь то в литературе, манге или аниме. Писатели используют ролевой язык как инструмент для облегчения коммуникации с читателем, чтобы быстро и эффективно передать некоторые особенности и черты характера персонажей с помощью добавления некоторых языковых элементов. Например, выражения わし*васи* и じゃ*дзя* используют в речи 博士*хакасэ*, пожилых профессоров, а чрезмерно вежливую и женственную речь используют お女様*одзё-сама*, богатые дамы высшего класса.

Рассмотрим некоторые типы персонажей манга и аниме.

ツンデレцундэрэ – один из типовых вариантов характера персонажа аниме (манга и видеоигр), когда персонаж равнодушный и замкнутый в жизни, оставаясь наедине с неким мужским персонажем становится «*дэрэдэрэ*» (яп. デレデレ*дэрэдэрэ*, томящийся от любви) [2].

Ролевой язык персонажей *цундэрэ* отличается от обычного ролевого языка. Он не является общепризнанным для рядового читателя и не является особой чертой характера. К тому же, вместо того чтобы быть привязанным к социальному происхождению

персонажа и использоваться постоянно, как *хакасэ-го и одзю-сама котоба*, ролевой язык *цундэрэ* основан на индивидуальности и проявляется только в определенных ситуациях. Тем не менее, он по-прежнему функционирует как язык ролей, поскольку помогает передать информацию о стереотипном образе персонажа зрителям, позволяя им распознать их как *цундэрэ* без избыточной характеристики и объяснений. Таким образом, мы видим, что понятие ролевого языка гораздо более разнообразно и гибко, чем это представлялось вначале. В сфере людей, увлекающихся аниме-культурой (*отаку*) архетип персонажа *цундэрэ* подразделяется на следующие подтипы: *яндэрэ, кудэрэ, дандэрэ* и т.п. Для этих персонажей характерны различия в личностных качествах, которые они демонстрируют, что позволяет аудитории проникнуться их эмоциями.

ヤンデレяндэрэ – один из типовых вариантов характера персонажа аниме (манги и видеоигр), когда персонаж сначала ведет себя мило, кажется скромным и нерешительным, но впоследствии нам открывается сокрытая от посторонних глаз «темная личность» этого персонажа [2, 2022]. Они готовы совершать насильственные действия, чтобы защитить свои отношения, и становятся неуравновешенными, когда чувствуют, что их отношениям угрожает какая-либо опасность. Поведение *яндэрэ*-персонажа может быть обусловлено либо временными рамками, либо ситуативными. Они могут сходить с ума на протяжении всего сюжета (по времени) или страдать от той или иной формы психоза, которая позволяет им переключаться между двумя состояниями в зависимости от ситуации. Примером персонажа такого типа является Юно Гасай (我妻由乃*гасай юно*) из манги Сакаэ Эсуно «Дневник будущего» (未来日記*мирай никки*).

クデレ кудэрэ – внешне спокойный и сдержанный персонаж, никогда не поддающийся воздействию тревожных факторов. Такие герои демонстрируют минимальные проявления эмоций, в крайних случаях и вовсе лишены чувств, однако истинные переживания могут скрываться глубоко в их душе. Персонажи *кудэрэ* зачастую обладают спокойным монотонным голосом, и кажется, что окружающий мир их совершенно не интересует. Кажется, что они не испытывают радости, восторга или удивления, равно как и грусти, раздражения или злости. Это понятие используется для описания героев, постоянно сохраняющих самообладание и невозмутимость. Примером персонажа такого типа является Тэцуя Куроко (黒子テツヤ*куроко тэцуя)* из произведения Тадатоси Фудзимаки «Баскетбол Куроко» (黒子のバスケ*куроко-но басукэ*).

ダンデレдандэрэ – персонаж, чей характер отличается застенчивостью, молчаливостью, робостью и малообщительностью. Такие герои произведений опасаются разговоров, поскольку думают, что сказанное ими может стать причиной неприятностей. Однако оказавшись наедине с близким человеком, они могут внезапно стать разговорчивыми и приветливыми, если почувствуют себя достаточно комфортно. Примером персонажа такого типа является Хината Хюга (日向ヒナタ*хю:га хината*) из манги авторства Масаси Кисимото «Наруто» (ナルト *наруто*).

Подробнее остановимся на языковой личности персонажа *яндэрэ.* Состояние *дэрэ* «влюбленность» персонажей *яндэрэ* характеризуется женской речью, о чем свидетельствует использование частицы женского рода «わ*ва*», частиц окончания предложения «よ*ё*» и «ね*нэ*» и вежливых форм. В типично женской речи недопустимо проявление повелительного наклонения. Поскольку частицы «わ*ва*», «よ*ё*» и «ね*нэ*» и вежливая речь служат для смягчения воздействия сказанного, это приводит к тому, что высказывание кажется более женственным. Например, «よ*ё*» и вежливое «です*дэсу*» в 大事ですよ*дайдзи дэсу ё* «Важно» смягчают воздействие высказывания, которое без них воспринималось бы довольно сильным. Аналогично, «ね*нэ*» в そうですよね*со: дэсу нэ* смягчает удар высказывания, поскольку обращается за утверждением к собеседнику. Таким образом, все эти языковые особенности способствуют созданию образа женственности и миловидности.

Одной из наиболее характерных черт состояния сумасшествия, которая четко отличает его от состояния влюбленности, является маниакальный смех. По сравнению с тихим, сдержанным и милым, женственным смехом в состоянии влюбленности, «うふふ *уфуфу*» или «ひひ*хихи*» смех, который используют персонажи *яндэрэ*, «やははは*яхахаха*», «あははは*ахахаха*», или «ははははは*хахахаха*», громкий, безудержный и лишенный женской застенчивости или миловидности. Этот смех также отличается от другого характерного смеха, «ホホホホホ*хохохохо*» - элемента ролевого языка *одзю-сама*, который является надменным и гордым. Таким образом, как элемент ролевого языка безумия, можно отметить, что смех, как языковая особенность, используется в состоянии сумасшествия персонажей *яндэрэ*, чтобы быстро и эффективно донести до аудитории, что они безумны, без какой-либо дополнительной характеристики или объяснения.

Поло-возрастная дифференциация речи также не должна уйти от внимания исследователя. Переход от женского стиля речи к мужскому безусловно играет роль в характеристике персонажей *цундэрэ*.

В качестве примера можно привести использование местоимения второго лица «お前*омаэ*» вместо «あんた*анта*», частицы мужского рода «だ*да*» вместо женского «わ*ва*» и императивов типа «死ね*синэ*». В отличие от женской речи, в мужской речи проскальзывает решимость и повелительное наклонение. «お前*омаэ*», «だ*да*» и императивы являются чрезвычайно прямыми и грубыми, создавая впечатление мужественности в высказываниях типа お前はここで、私と死ね！*омаэ ва коко-дэ, ватаси-то синэ!* «Ты останешься здесь и умрешь вместе со мной!». Хотя нельзя сказать, что мужской язык сам по себе является элементом ролевого языка безумия, смена стилей речи служит для информирования аудитории о том, что персонаж сменил состояние с влюбленности, адекватности на безумие и наоборот, информируя и напоминая о двойственности состояний, которые воплощают персонажи *яндэрэ*.

Языковое оформление проявления влюбленности и безумия в тандеме, является идеальным посредником позволяющим напомнить аудитории о двойственности состояний, которые воплощают персонажи *яндэрэ*, не требуя дополнительных объяснений. Например, лингвистически мы можем увидеть появление состояния увлечения в состоянии безумия с помощью выражений типа «死んじゃえ*синдзяэ*». Обычной повелительной формой «死ぬ*сину*» является «死ね*синэ*», «死んじゃえ*синдзяэ*» используется как императивная форма «死んでしまう*синдэсимау*», «死んじゃう*синдзяу*». Мало того, что «死んじゃえ*синдзяэ*» символизирует безумие, так как персонаж высмеивает смерть других, используя непринужденную форму, она также сдержанная и поэтому более женственная, чем обычная повелительная форма. Впрочем, другие лингвистические элементы, такие как смена стилей речи и тональности необходимо рассматривать вместе, с точки зрения каждой сцены или всего сюжета произведения, чтобы они выступали в качестве ролевого языка персонажей *яндэрэ*, так как ни один другой архетип персонажей не воплощает такую комбинацию лингвистических особенностей.

Проявления *цундэрэ* не являются обычным ролевым языком, который связан с социальным положением персонажа или используется постоянно, но вместо этого они основаны на личности и используются в конкретных ситуациях. Тем не менее, заинтересованная аудитория может мгновенно распознать этот архетип персонажа, когда ей демонстрируют эти характерные лингвистические особенности или их сочетание.

Ролевой язык персонажей художественных произведений воспринимается японцами с малого возраста, считается совершенно естественным явлением и воспроизводится в различных продуктах культуры. Якувари-го, благодаря своему повсеместному употреблению в книгах, японских комиксах манга, аниме и фильмах является одним из факторов формирования языковой личности японцев. Поскольку

прочно укоренившиеся национальные языковые стереотипы оказывают свое влияние на носителя культуры. Именно поэтому японская ролевая лексика продолжает существовать и до сих пор фактически ни одно произведение без неё не обходится. Тем более важным становится для переводчика проблема передачи подобной лексики на язык перевода.

Список использованных источников

1. Алпатов, В.М. Япония: язык и общество – 2003.
2. Словарь молодежного сленга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.terminy.info/jargon/dictionaries-of-teen-slang (дата обращения: 02.10.2022).
3. Hosoda, N. Mirai Nikki [Television series] // Tokyo, Japan: Asread. – 2011.
4. Ingvild Karlung. The ubiquity of ‘role language’ in Japanese writing: The use of feminine sentence ending particles in English-Japanese literary translations – 2019. – 82 p.
5. Kinsui, S. Vaacharu nihongo yakuwarigo no nazo (Virtual Japanese: The mysteries of role language) // Tokyo: Iwanami Shoten. – 2003.
6. Nishida, T. Tsundere expressions as role language, focusing on circumstances of usage. In Kinsui, Satoshi (Ed.), Yakuwarigo kenkyuu no tenkai // Tokyo: Kuroshio Shuppan – 2011 – pp. 265-277.
7. 未来日記 (角川コミックス・エース 129-5) Comic – 2006.

УДК 811.581.11

К ВОПРОСУ О ПОДБОРЕ ЭКВИВАЛЕНТОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ РЕЛИГИОНИМОВ НА ЯПОНСКИЙ ЯЗЫК

Кижватова Е. О.
Студент, ИФИЯМ ИГУ, г. Иркутск

Научный руководитель: Шалина Ирина Викторовна, кандидат исторических наук, доцент кафедры востоковедения ИФИЯМ ИГУ, г. Иркутск

Целью настоящей работы является исследование особенностей подбора эквивалентной лексики при переводе религионимов на японский язык в 16 и 20 веках. Нами была проанализирована христианская лексика, сохранившаяся в письменных памятниках 16-го века, а также лексика, содержащаяся в разных литературных произведениях японских писателей 20-го века.

Согласно исследованию профессора Р. Кисала не более 30 % процентов японцев причисляют себя к какой-либо конфессии [12, 2005: 4-5]. Однако на сегодняшний день в Японии одинаково преобладают последователи религий синтоизма и буддизма. Свои начала эти религии берут в глубокой древности с небольшим временным отрывом. Популярность каждой из них менялась с течением истории. В середине 16 века японцев познакомили с христианством. Несмотря на многие изменения и события в религиозном обществе Японии, каждая религия, так или иначе, вдохновляла своих приверженцев на творения; по ним можно судить о том, каким образом японцы как люди своей непохожей ни на что культуры воспринимали религию, почитали божеств или Бога, совершали служения и т. п. Христианство в свою очередь и в 16 веке, и в 19-20 веках стало для людей искусства плодородной почвой для творчества. Синтоизм был привлекателен в период японско-корейской войны, когда многие японцы были охвачены шовинистическими настроениями. Но к началу 20 века пантеистические представления отошли на второй план. Буддизм отвергался как «проповедь всеобщей покорности, самосозерцания». Писателям того времени покаяние, исповедь, обет невинности казались воплощением идеального мира на Земле [4, 1974: 31].

Впервые японцы столкнулись с европейской религией в 16 веке. Середина 16 века стала для Японии важным периодом не только потому, что продолжались войны между феодалами, желающими взять верховенство власти, но и из-за установления международных контактов с материковыми государствами. Япония открылась для внешнего мира с желанием знакомиться с европейским бытом, новыми для островитян направлениями в науке, религии, литературе и т. д. Европейцы действительно не могли не оставить свой след в японской культуре после вехи «плотного» общения – так называемого «христианского столетия» (1543 – 1639 гг.). Конечно, большая часть влияния португальцев пришлась на распространение иезуитской миссии, но, тем не менее, вместе с Иисусом, миссионеры привезли на острова европейские передовые технологии и знания, познакомили японцев с огнестрельным оружием, которое стало для населения в «Эпоху воюющих провинций» (1416 – 1615 гг.) военным преимуществом друг против друга. Вместе с миссионерами учение Христа начало плавно продвигаться от Нагасаки к северным островам. Перестало иметь значение и то, что с покупкой оружия для армии, *даймё* укрепляли на своих землях веру *нанбандзинов* («южных варваров»). С таким успехом к 1580 году в Японии насчитывалось около 150 тысяч христиан, а к 1614 году

уже было 500 тысяч человек уверовавшего населения [6, 2002: 32]. Миссионеры продолжали развивать торговлю, но вместе с тем занимались просвещением в областях науки, литературы и искусства. После прибытия иезуита Ф. Ксавье (1506 – 1552 гг.) на берега Кагосимы остро встал вопрос о предоставлении Библии для местного населения. Просветительская миссия требовала ознакомления японцев с совершенно новым Священным писанием. Переводом Евангелия от Матфея на японский язык, согласно письмам для Игнатия Лойолы, занимался крещенный в христианство уроженец Гоа по имени Андзиро (Ядзиро), который также выступал для Ф. Ксавье как информатор [11, 1996: 3]. В своей деятельности он использовал в качестве эквивалентов для христианской лексики популярные буддистские термины, желая сделать Библию более понятной для народа. Однако такая стратегия вызвала у японцев ощущение, что христианство – это новое буддистское ответвление, секта, которую Ксавье привез из Индии. Вскоре возникла опасность того, что христианские догматы будут восприняты неверно, несмотря на то, что переводчик исходил из желания сделать Священное писание более близким для японцев.

Иезуит Б. Гаго, прибывший в Японию в 1552 году, высказал нужду сменить стратегию перевода в своем письме от 23 сентября 1555 года: «У этих [буддийских] японцев есть своя лексика, которую они используют в сектах. На протяжении долгого времени мы проповедовали им истину через призму этих слов. Однако, как только я понял это, нам пришлось все поменять. Истина, сказанная ошибочными и лживыми словами, лишь сформирует неправильный смысл. И вместо всех вредоносных слов я научил их «нашим». Ведь все новые явления нуждаются в новых названиях. Ко всему прочему, их слова имели совершенно другое, отличное значение от того, что имеем в виду мы» [11, 1996: 10]. Несмотря на заявление выше, впоследствии Гаго все же заменял язык иезуитов эквивалентной лексикой из более раннего японского языка.

Приведем несколько примеров.

Эквиваленты, подобранные Б. Гаго

Японский язык	**Подобранный Б. Гаго эквивалент**
仏*хотокэ* – «Бог»	Dios (исп. Бог)
魂*тамасии* – «душа, дух»	anima (лат. душа)
浄土*дзё:до* – «Чистая земля, небесное царство»	paraiso (исп. рай)
地獄*дзигоку* – «ад»	inferno (португ. ад)
天人*тэннин* – «небесное создание»	anjo (португ. Ангел)

В.М. Алпатов писал: «Заимствование слов, на первый взгляд синонимичных уже существующим, часто оказывается необходимым, поскольку они начинают дифференцироваться по признаку «иностранная культура – своя культура» [2, 2003: 4].

Объективная необразованность японцев в теме христианства вызывала у иезуитов нужду упрощать текст Священного писания, а также использовать локальную терминологию и заимствования из китайского языка. Тем не менее, португальцам не всегда удавалось удачно подобрать эквивалент, точно выражающий библейские основы. По такому обстоятельству миссионеры старались придерживаться баланса, не пренебрегая заимствованиями, но и не используя излишне буддистскую терминологию.

В исторической перспективе на японский язык влияло многое, в частности – другие языки, что может говорить о соответствующих изменениях в языковом строе. В современном японском языке можно выделить подсистемы, у которых будет разное происхождение. [1, 1976: 6].

Евангелие от Матфея как можно более доместицированно переводилось для местного населения, подбирались эквиваленты из китайского языка и сферы буддизма, также вводились в словарный состав японского языка новые *гайрайго*-религионимы. *Гайраго* – это заимствования, которые напрямую пришли в японский язык из других языков. Для их записи используется слоговая азбука катакана. *Гайрайго*-религионимы можно назвать самыми близкими эквивалентами для слов религиозной тематики, т. к. их коннотации полностью совпадают при переводе. Благодаря чему не только создавался новый пласт лексики, но и распространение религии происходило в более быстром темпе.

В эпоху правления сёгуната Токугава (1603-1868 гг.) начался процесс изгнания иностранцев с островов, а также активного гонения христиан. Все это привело к запрету иноземной религии на территории страны; под санкции также попали все просветительские аспекты, которые иезуиты привезли с собой. Следы европейской культуры в быстром темпе заметались, из-за чего в наше время почти невозможно найти литературные памятники на христианскую тематику, написанные японцами в 16 веке. Вместе с иезуитами христианство в Японии исчезло также быстро, как и появилось.

Однако, как известно, история циклична, и мода на христианство возродилась в 19 веке в новом, самобытном и непохожем ни на что виде. С открытия Японии в 1854 году в страну хлынули просветительские миссии со всех уголков земного шара, желающих представить свою веру «старому-новому члену» мирового сообщества. Эпоха Мэйдзи стала для японцев не только временем реформации государственного строя, экономики и общественных институтов, но и глобальной революцией в целом. 19-20 века будут для японской элиты временем пробовать новое, встать на передовую и принять всевозможные модные европейские тенденции, одной из которых в значительной мере вновь станет христианство.

Негативные настроения против христиан присутствовали в первые годы открытия страны. Первая японская конституция 11 февраля 1889 года закрепила возможность исповедания разных религий, и христианской в том числе. Было предписано, что японские подданные имели полную свободу вероисповедания, но они все еще должны были выполнять свои обязательства как граждане страны, а также вести быт, не нарушающий мир и общественный порядок [3, 2006: 97]. Гонения не происходило, но миссионеры получали предостережения от местных, которые помнили времена полной изоляции. На фоне вооруженных конфликтов с Китаем и Россией фокус внимания сместился, видимый запрет стерся, а спустя какое-то время исчез совсем. Прибыв в Японию, католические священнослужители совершали богослужение на латинском языке, так же, как они делали это в Китае. Священное писание зачитывалось на латинском, затем смысл отрывка пересказывался по-японски.

Евангелие пытались переводить на японский язык, но качество перевода было низким, т.к. сказывалось сильное влияние китайских переводных текстов Священного писания с религионимами, которые при переводе утратили христианскую коннотацию. Более того, оригиналом для перевода служил текст Вульгаты, который, по мнению некоторых исследователей, имеет неточности [3, 2006: 93]. Архиепископ Николай Японский придерживался мнения, что ни перевод Библии, ни переводческая деятельность на богослужениях не должны быть опущены на «бытовой» уровень. Верующие должны прилагать усилия и развиваться до понимания Евангельских текстов как они есть, ведь речь идет о выражении божественной мысли, что само по себе не приемлет «вульгарный» язык. Конечно, ситуация меняется, когда эквивалентами для слова выступают синонимичные иероглифы или тождественные выражения, – если они оба используются японцами в религиозном дискурсе примерно одинаково, то логично будет выбрать тот иероглиф или выражение, которое является более распространенным. Однако, по мнению архиепископа Николая Японского, это не значит, что нужно идти на уступки, злоупотребляя стратегией доместикации и опускаясь до уровня «народной массы». Перевод Евангелия не терпит компромиссов. Несмотря на то что, обращая внимание на

тонкости перевода и скрупулезно подбирая редкие китайские эквиваленты для религионимов, переводчик стремится сделать Священное писание недоступным предметом чтения для японца, совершенно с христианством незнакомого [7, 2018: 79].

При переводе Евангелия переводчикам приходится сталкиваться с проблемой несоответствия некоторых слов христианскому мировоззрению и толкованиям Священного писания. Например,в некоторых переводах протестантских текстов в качестве эквивалента слова «Бог» использовался китайский термин *Дао*, который уже имел устоявшуюся интерпретацию у носителей языка, или, в японском языке, это был иероглиф道*мити* «путь, дорога», что могло вызвать ассоциации буддийского и синтоистского характера, но не христианского. Для переводчиков также было непросто передать на японском языке христианское понимание слова душа, которое в религиозном дискурсе является полисемантическим, а также имеет различные богословские значения в разных местах Нового Завета. При переводе православной Библии Николай Японский выделил некоторые проблемы, связанные с подбором эквивалентов.

Так, например, для слова душа в выражении «любяй душу свою» он выбрал иероглиф **魂***тамасии,* нос замечанием, что ранее эквивалентом русского слова душа в японском язык был иероглиф **命***иноти*. Святитель Николай выразил мысль, что придерживаться при переводе религионимов исключительно узкого буквального значения слов может быть не совсем адекватно. В подтверждение этому утверждению, архиепископ проводит параллель с греческим языком. Слово *психи* может означать и душа, и жизнь, а также множество других вещей, имеющих приблизительно одно семантическое поле [7, 2018: 45]. Подбор эквивалента усложняется при сравнении значения религионимов разных языков. У термина «грех» – *цуми* динамическое значение совсем не такое, какое португальские миссионеры хотели бы иметь в виду. 罪*цуми* значит «преступление», за которое следует посадить в тюрьму. Носители языка долгое время не могли понять, за что миссионеры хотели для них тюремного заключения. В японском языке при переводе Библии были подобраны эквиваленты из сферы буддизма: 信 *син*вера, 義認*гинин* оправдание, 真理*синри* истина. Однако не все миссионеры находили эти эквиваленты достаточными для выражения глубины христианского смысла. Тогда в языке нашли свое место *гайрайго*-религионимы, вроде: キリスト*кирисуто,* エウス*эусу,*デウス*дэусу* – все они, так или иначе, воспринимаются японцами как наименования Бога или его сына, Иисуса.

Приведем примеры христианских религионимов, составляющих богословско-терминологическую основу в христианских текстах, а также произведениях японских авторов: 罪*цуми* «грех», 子のイエス*ко-но иэсу* «сын божий Иисус», エオバ*эоба* «Иегова», 地獄の業火*дзигоку-но гё:ка* «адское пламя», マリヤの円光*мария-но энко:* «нимб святой Марии», **神様***камисама* «Бог», 信仰*синко:* «вера», 冥府*мэйфу* «Ад»,大天使*дайтэнси* «архангел», 悪魔*акума «*дьявол», 泥烏須*дэусу* «дэус», 僧*со:* «священник», **神の罰***ками-но бацу* «Божья кара», **神の答を受ける***ками-но симото-о укэру* «принимать наказание Божьими плетьми», 神の審判*ками-но синпан* «суд Господний», 天国*тэнгоку* «Рай», 祈り *инори* «молитва».

В разные эпохи перед переводчиками Библии всегда стоял вопрос подбора эквивалентов в японском языке для религионимов. Религия, зародившаяся на материке и имеющая совершенно новый для японцев пласт лексики, требовала осторожного выбора слов при переводе Священных писаний, так как любое несоответствие в передаче смысла могло вызвать у новых последователей искажение в восприятии христианства в целом. Поэтому переводчикам приходилось прибегать к редким чтениям иероглифов или использовать не столь распространенные сочетания иероглифов. Либо изобретать совершенно новые слова (*гайрайго*), создавая новые лексические единицы, которые являлись эквивалентами религионимов при переводе Библии на японский язык.

По результатам исследования можно сделать вывод, что изучение лексики и фразеологии религиозного дискурса в японской литературе позволило осуществить своеобразный срез применения языковых единиц с религиозной семантикой в сознании японцев и выявить механизм подбора эквивалентной лексики при переводах Библии на японский язык в разные эпохи.

Список использованных источников

1. Алпатов, В. М. О соотношении исконных и заимствованных элементов в системе японского языка / В. М. Алпатов // Вопросы языкознания. – М. – 1976.
2. Алпатов, В. М. Япония: язык и общество / В. М. Алпатов // – М. – 2003.
3. Бесстремянная, Г. Е. Христианство и Библия в Японии. Исторический очерк и лингвистический анализ / Г. Е. Бесстремянная // – М.: ОВЦС МП. – 2006.
4. Долин, А. А. Формирование эстетических воззрений писателей японского романтизма / А. А. Долин // Теоретические проблемы изучения литератур Дальнего Востока. – 1974.
5. Османов, Е. М. «Христианское столетие» в Японии как переходный этап к новой внешней и внутренней политике государства / Е. М. Османов // Вестник СПбГУ. – 2009. – Сер. 13. – Вып. 2.
6. Решетова, И. Христианское столетие в Японии / И. Решетова // Япония сегодня. – 2002. – №9.
7. Савчук, Р. А. Проблемы взаимоотношений церкви и общества рубежа XIX–XX веков в осмыслении равноапостольного Николая Японского : монография / Р.А. Савчук. – М. : РУСАЙНС. – 2018.
8. Aizan, Yamaji. Essays on the Modern Japanese Church: Christianity in Meiji Japan / Yamaji Aizan // University of Michigan. – 2000.
9. Boxer, C.R. The Christian Century in Japan, 1549-1650 / C. R. Boxer // Carcanet Press Ltd. – 1993.
10. Cary, O. A History of Christianity in Japan / Otis Cary // New York: Fleming H.Revell Company. – 1909.
11. Kaiser, Stefan. Translations of Christian Terminology into Japanese, 16-19th Centuries: Problems and Solutions / Stefan Kaiser // Japan and Christianity: Impact and responses : in John Breen and Mark Williams, eds. – St Martin’s Press. – 1996.
12. Kisala, Robert. The Logic of Nothingness: A Study of Nishida Kitaro / Robert Kisaka // – University of Hawaii Press. – 2005.
13. Whelan, Christal. Written and Unwritten Texts of the Kakure Kirishitan / Christal Whelan // Japan and Christianity: Impact and responses : in John Breen and Mark Williams, eds. – St Martin’s Press. – 1996.

УДК 81.11

ЯЗЫКОВОЕ ЯВЛЕНИЕ BABY TALK

Кустова А. С.
Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, kas.sy7@yandex.ru

Научный руководитель: Сапух Татьяна Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры английской филологии и методики преподавания английского языка, Оренбургский государственный университет, Оренбург

Аннотация. В статье рассматривается такое языковое явление как baby talk, то есть речевая деятельность ребенка. В лингвистике существует специальное направление, которое занимается изучением детской речи – онтолингвистика. Детская речь обладает определенными характеристиками, среди которых можно выделить редупликацию, звукоподражание и использование уменьшительно-ласкательных суффиксов. При переводе детской речи необходимо использовать богатый арсенал переводческих приемов, чтобы сохранить и передать ее специфику.

Ключевые слова: детская речь, звукоподражание, онтолингвистика, перевод детской речи.

BABY TALK AS A LINGUISTIC PHENOMENON

Kustova Anna Sergeevna, student, Orenburg State University, Orenburg, kas.sy7@yandex.ru

Research adrvisor: Sapukh Tatiana Viktorovna, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of English Philology and Methods of Teaching English, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. The article deals with such a linguistic phenomenon as baby talk, the speech activity of a child. There is a special branch in linguistics that deals with the study of children's speech – ontolinguistics. Children's speech has certain characteristics, among which are reduplication, onomatopoeia and the use of diminutive suffixes. When translating children's speech, it is necessary to use a rich arsenal of translation techniques in order to preserve and convey its specifics.

Key words: children's speech, onomatopoeia, ontolinguistics, translation of children's speech

Каждый человек, взаимодействуя с ребенком, так или иначе замечает особенности его речи – она часто несвязна, некорректна в фонетическом аспекте, мелодична. Она имеет много специфических особенностей, что отличает ее от речи взрослого человека. В связи с этим, порой нелегко распознать детский лепет и понять, что говорит ребенок.

Взрослые при общении с людьми и сами дети используют упрощенные слова, фразы, конструкции предложений для того, чтобы ребенку было проще их использовать. Ведь изначально стоит цель научить ребенка просто говорить, а не научить его говорить правильно. Следовательно, возникает детское словотворчество – они придумывают новые слова путем словосложения, отсекания какой-либо части от целого слова. Это происходит из-за того, что дети учатся использовать какие-либо выражения в своей речи, и, естественно, у них это получается не с первого раза, они лишь пытаются подражать.

В итоге каждому взрослому приходится однажды столкнуться с таким языковым явлением, и название этого языкового явления – детский лепет или же «Baby talk», следовательно, следует сказать, что данная тема является актуальной во все время, так как взрослые в любом случае контактируют с детьми. *Baby talk* имеет и другие названия в английском языке: например, *parentese, motherese, nanny language*.

В лингвистике есть специальный раздел, объектом изучения которого «является речевая деятельность ребенка, а предметом – процесс освоения детьми их родного языка» [5, 2008], и называется он «онтолингвистика». Онтолингвистика всегда интересовала людей, они следили за развитием речи детей, но особое внимание на нее обратили лишь в XX веке. Было написано очень много работ учеными, лингвистами, психологами. В своих наблюдениях они опирались на опыт общения со своими собственными детьми. Так, например, Ипполит Тэн опубликовал записи речи своей дочери в журнале, затем Чарльз Дарвин, последовав примеру, также опубликовал записи речи сына из своего дневника в том же журнале, но в другом выпуске.

Сам термин онтолингвистики был предложен С.Н. Цейтлин в 2006 году. Стелла Наумовна Цейтлин внесла огромный вклад в науку благодаря своим исследованиям, монографиям, диссертациям по теме развития детской речи. Среди ее работ можно выделить следующие:

1. Язык и ребенок: Лингвистика детской речи – учебное пособие 2000 года для студентов высших учебных заведений.
2. Словарь детских словообразовательных инноваций, 2006 год.
3. Цейтлин С.Н., Елисеева М.Б. Из истории онтолингвистики, 2016 год.

Онтолингвистика и ранее изучалась в России, но затем про нее практически забыли, и именно С.Н. Цейтлин положила начало ее возрождению. Она анализировала ранее написанные работы, работала с архивами К.И. Чуковского и также опиралась на речь своей маленькой дочери и обращалась к молодым матерям-студенткам для более глубоко исследования детского лепета. Ее интересовало, в чем заключаются детские ошибки, что именно отражает детская речь и как она развивается. Именно благодаря Стелле Наумовной появилась кафедра детской речи, а также три магистерские программы, связанные с изучением языка детей. Сейчас ее курсы преподаются во многих городах России.

Работы К. И. Чуковского, на которые опиралась С.Н. Цейтлин, имеют колоссальную ценность в онтолингвистике. На протяжении 40 лет он собирал информацию о детском словотворчестве, анализировал ее, обращая внимание на то, как говорят его дети, внуки. Затем, используя собственные заметки, Корней Иванович Чуковский опубликовал книгу «Лепые нелепицы», которая сейчас известна под названием «От двух до пяти». Она пережила множество переизданий, каждое из которых не было похоже на предыдущее, что говорит о том, что писатель постоянно совершенствовал свою книгу, добавлял в нее что-то новое, обновлял иллюстрационный материал.

К.И. Чуковского сначала не воспринимали серьезно с его анализом детской речи и не понимали, как он смог отыскать в детской речи что-то, что было бы достойным внимания. Однако его исследования содержали в себе не только факты речевого процесса развития ребенка, не только фразы, песни и примеры разговоров, но и многие значимые лингвистические аспекты и идеи.

Он с полной уверенностью заявлял, что ребенок – это маленький лингвист: «…у двухлетних и трехлетних детей такое сильное чутье языка, что создаваемые ими слова отнюдь не кажутся калеками или уродами речи, а, напротив, очень метки, изящны, естественны…» [6, 1968].

Стоит отметить, что детская речь, онтолингвистика привлекала внимание и иностранных ученых. Одна из них – Ева Кларк.

По мнение Е. Кларк, *baby talk* направлен на эффективное коммуникативное воздействие, нежели на правильное выстраивание грамматических конструкций. Дети

учатся использовать язык, и их главная цель заключается не в том, чтобы говорить корректно, а в том, чтобы их могли понять.

Один из главных вопросов в ее работе заключается в том, какими врожденными способностями обладают дети для последующего освоения языка.

Сейчас на переведенные работы исследователей из России в большинстве своем опираются зарубежные ученые.

Сегодня выделяются следующие направления онтолингвистических исследований:

1) изучение освоения родного языка тем или иным конкретным ребенком;

2) исследование общих закономерностей усвоения родного языка разными детьми;

3) выявление общих закономерностей усвоения разными детьми разных языков. [4, 2004].

Все они непременно связаны между собой и вытекают друг за другом. Без освоения родного языка невозможно усвоение его закономерностей.

Более того, следует сказать, что существует как минимум два возможных аспекта для изучения языковых явлений в детской речи.

Во-первых, это рассмотрение babytalk'a с точки зрения устоявшейся системы языка взрослых в сравнении с языковыми особенностями детского языка.

Во-вторых, это рассмотрение babytalk'a с точки зрения автономной детской языковой системы, отдельно существующей от языка взрослых.

Для теоретической лингвистики большое значение имеет именно первый подход, так как дает нам возможность увидеть развитие речи с нуля, освоение конструкций и специфики познаваемого языка.

В *baby talk* лингвисты выделяют следующие особенности:

1) При общении с ребенком мы часто используем особенную интонацию, говорим «певуче», мелодично и в некоторой степени даже подражаем детскому лепету, например, заменяя звонкую *р* на мягкую *л*.

Психологически данный аспект позволяет взрослому стать ближе к ребенку.

2) Часто можно заметить, как дети (и взрослые в разговоре с ними) используют редупликацию – удвоение слогов. Неслучайно при первых попытках ребенка заговорить, получаются именно такие слова, как:

мама (mummy)

nana (daddy)

Затем по тому же принципу в детской речи появляется звукоподражание:

woof-woof

choo-choo

3) Также нельзя не сказать об использовании уменьшительно-ласкательных суффиксов, например, вместо *doll* мы слышим *dollie*.

4) Следующей важной особенностью babytalk'a является разговор о себе в третьем лице.

Ребенок может сказать не *Iwannasleep*, а *Sashawannasleep*. Так разговаривают с детьми и взрослые: вместо *Iwanttoeat*, мы обращаемся к ребенку с фразой *Mummywantstoeat*. Это помогает ребенку лучше запоминать слова и социальные роли людей в обществе.

При переводе детской речи переводчик должен проявлять смекалку и учитывать тот факт, что детский лепет должен оставаться детским, в связи с чем есть необходимость анализировать материал для перевода еще внимательнее и глубже вникать в смысл каждой фразы. Более того, некоторые фразы и предложения придется сильно адаптировать, чтобы получить вариант именно «детского языка».

Так, например, в статье К.А. Солодовой и А.Л. Ямпольской анализируется следующий фрагмент из мультфильма «Геркулес»:

Look how cute he is – Смотри, какой бутуз [2, 2018].

Мы можем проследить, что переводчик заметно изменил предложение, однако суть его осталась прежней – зритель понимает, что речь идет о милом ребенке. Слово «бутуз» в основном применимо именно к детям, и именно это делает перевод удачным и указывает на то, что фраза произнесена по отношению к ребенку, а не ко взрослому «милому» человеку.

Также следует обратить и на грамматический строй предложений, которые используют дети. Точнее сказать – не используют. Ребенок не опирается на общепринятые конструкции при построении предложений, ведь главное для него – это донести суть и быть правильно понятым обществом, а не сказать правильно. Несмотря на слабую грамматику, дети остаются услышанными.

Проиллюстрируем данный аспект моментом из популярного и всеми любимого американского кинофильма – «Home Alone».

Кевин, оставшийся без надзора родителей, попадает во множество ситуаций и постоянно контактирует с незнакомыми или же малознакомыми ему взрослыми людьми. В одной из таких сцен, Кевин разговаривает со своим соседом на улице. Мужчина говорит о том, что не может посмотреть этим вечером на то, как поет его внучка. Кевин в свою очередь задает вопрос:

You have plans?

В переводе:

У вас дела?

Грамматически правильно было бы построить предложение на английском языке с использованием вспомогательного глагола *do*. Однако, неверный строй фразы Кевина не составляет труда для взрослого человека в том, чтобы понять, что он имел в виду.

Следовательно, при переводе с английского на русский необходимо внимательно следить за мыслью маленького участника коммуникации, так как порой грамматические ошибки все же могут повлечь за собой определенные трудности в переводе и неточности; а в переводе с русского на английским важно осознавать тот факт, что ребенок не всегда может построить корректное предложение. И, конечно, следует учитывать, что дети не будут использовать в своей речи сложные предложения. Им гораздо проще выразиться коротко, но так, чтобы окружающие люди поняли его высказывание.

В заключение хочется отметить, что *baby talk* требует внимательного и более углубленного изучения со стороны лингвистики. Несмотря на то, что эта речь в некоторой степени является неправильной, она развивает детей, способствует гулению. С *baby talk* сталкивается каждый человек в своей жизни вне зависимости от того, на каком языке он говорит, и будучи ребенком, который только учась заговорить, и будучи взрослым, который пытается понять детский лепет. Именно поэтому есть необходимость изучать и понимать это языковое явление.

Список использованных источников

1. Гридина, Т. А. Психолингвистические аспекты исследования детской «неологии» / Т. А. Гридина // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. – 2011. – № 9. – С. 3-15.

2. Солодова, К. А. Языковое явление «baby talk». Переводческий аспект / К. А. Солодова, А. Л. Ямпольская // Перевод и межкультурная коммуникация: теория и практика. – 2018. – № 4. – С. 80-84.

3. Цейтлин С. Н. Язык и ребенок: Лингвистика детской речи: Учеб. пособие для студ. высш. учеб, заведений. – М: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2000. – 240 с.

4. Цейтлин, С. Н. Направления и аспекты изучения детской речи / С. Н. Цейтлин // Детская речь как предмет лингвистического исследования: материалы Международной научной конференции, Санкт-Петербург, 31 мая – 02 2004 года / Ответственный редактор: С.Н. Цейтлин. – Санкт-Петербург: Академический научно-

издательский, производственно-полиграфический и книгораспространительский центр РАН «Издательство «Наука», 2004. – С. 275-279.

5. Цейтлин, С. Н. Онтолингвистика как учебная дисциплина / С. Н. Цейтлин // Русский язык в школе. – 2008. – № 6. – С. 45-49.

6. Чуковский К. И. От двух до пяти. – М.: Детская литература, 1968. .

УДК 81’25

ПРЕЦЕДЕНТНЫЙ ТЕКСТ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ И ТРУДНОСТИ ЕГО ПЕРЕВОДА

Мустафина Д. М.
Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, dilara_mustafina999@mail.ru

Научный руководитель: Андреева Елена Дамировна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой теории и практики перевода, Оренбургский государственный университет

Аннотация. В данной работе описываются особенности перевода прецедентных феноменов, таких как прецедентный текст, прецедентное высказывание или прецедентная ситуация. Разъясняется понятие политический дискурс и демонстрируются его отличительные черты. Дается определение политического языка и какие характерные черты должен иметь должен иметь политический текста. В работе представлены примеры прецедентных текстов в политической сфере и трудности их перевода.

Ключевые слова: прецедентный феномен, прецедентное явление, прецедентный текст, национальный колорит, национальное своеобразие, проблема перевода.

PRECEDENT TEXT IN POLITICAL DISCOURSE AND DIFFICULTIES OF ITS TRANSLATION

Mustafina Dilara Malikovna, student, Orenburg State University, Orenburg, dilara_mustafina999@mail.ru

Research advisor: Andreeva Elena Damirovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Translation and Translation Studies, Orenburg State University

Abstract. This article describes the translation of precedent phenomena and their peculiarities, such as a precedent text, a precedent statement or a precedent situation. The concept of political discourse and its distinctive features are explained. The definition of a political language is given and what characteristic features a political text should have. The examples of precedent texts in the political sphere and their translation difficulties are considered.

Keywords: precedent phenomenon, precedent text, national flavor, national identity, translation problem.

На протяжении многих лет прецедентные феномены вызывают особый интерес в парадигме лингвистического знания. Под прецедентными феноменами мы подразумеваем явления, общеизвестные для представителей какой-либо речевой культуры или определенной группы людей, являющиеся актуальными и регулярно видоизменяющимися в речи. Также они выражают целостную связь и единство между национальным языком и культурой. Прецедентными феноменами могут являться тексты, высказывания, имена и ситуации.

В лингвистике чаще всего используется такое понятие, как «прецедентный текст», которое первым ввел в научную практику российский лингвист Ю.Н. Караулов [3, 2010: 218]. Караулов называет такие тексты «хрестоматийными», так как все представители определенной национальной культуры или читали, например, на уроках литературы, или

слышали о прецедентных феноменах «из уст в уста». Исходя из этого, следует сделать вывод, что знание прецедентных текстов – это признак принадлежности человека к данной культуре. Вследствие такой общеизвестности прецедентные тексты способны переходить из преимущественно вербального способа существования в невербальный (балет, живопись, скульптура) или другой вид вербального искусства (поэзия, опера, спектакль) и тем самым становиться все более вовлеченными в культуру и получать «новую интерпретацию у новых и новых поколений» [3, 2010: 216-217].

Прецедентный текст – это цельный и завершенный продукт речевой и мыслительной деятельности, а также когнитивный компонент языка и культуры. К прецедентным текстам относят произведения художественной литературы, например, «Гамлет» или «Война и мир», лозунги реклам, публицистические тексты, цитаты из фильмов, тексты песен и многое другое.

Под прецедентностью понимаются следующие свойства феноменов, которые определила И.В. Захаренко в своей работе «Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов»:

– общеизвестность;

– когнитивная значимость для определенной языковой личности или социума;

– возобновляемость в речи;

– присутствие в других знаковых системах, в том числе и невербальных [2, 1997: 82].

Понятие прецедентности является одним из актуальных понятий в политическом дискурсе.

«Политический дискурс – любые речевые образования, содержание которых относится к сфере политики» [4, 2000: 440]. Также политический дискурс можно понимать как некий класс жанров, которые ограничены определенной социальной сферой, а именно сферой политики [1, 2013: 344]. Иными же словами, политический дискурс – это некая связь между человеком и обществом, где с помощью вербальных и невербальных средств человек может донести до реципиента некую информацию, агитировать, пропагандировать и формировать определенную картину мира.

Часто можно заметить в выступлениях депутатов, президентов и спикеров выражения, которые, в свою очередь, также относятся к прецедентным феноменам. Политический язык – это структурный элемент национального языка. Политический текст оказывает влияние на сознание получателей сообщения, следовательно ему характерны такие черты, как острота и яркость изложения, выразительность и ясность. С другой стороны, для политика и любого дипломата главным оружием является его язык, поэтому он обязан безупречно владеть искусством слова. Нынешние прецедентные феномены черпаются из обыденной жизни людей, так как они являются отчасти показателем приближенности политика к народу. Используя простонародные выражения, политический деятель воссоздает в своей речи прозрачность, внятность и простоту.

Отличительными чертами политического дискурса являются информативность и обыденность. Речь политика обязана быть и информативна, понятна каждому реципиенту, но при этом часто она имеет определенную структуру и форму, что и указывает на обыденность. Каждый политик, участвуя в конференциях и дипломатических встречах, высказывает свою личную точку зрения, тем не менее, он одновременно является уполномоченным представителем, выражающим чьи-либо интересы, например, делегации, парламента или правительства. Речь политика также несет некую оценочную информацию, так как это не объективное изложение информации, а воздействие на реципиента и стремление побудить его к каким-либо действиям или следовать определенной точке зрения [6, 2012: 256].

Проблема перевода прецедентных текстов в политическом дискурсе занимает огромное место в лингвистике. Одной из самых главных функций, как было упомянуто ранее, является эмоциональное воздействие на читателя, а прецедентный феномен сам по

себе имеет не только когнитивную, но и определенную эмоциональную значимость [4, 2000: 183].

Во время работы переводчик сталкивается с различными проблемами, когда, например, переводимый текст не имеет аналога, предмета или явления материальной культуры, или требуется сохранить эмоциональную окраску, национальное своеобразие. Политик, выступая с речью, изначально закладывает в нее мысль или идею, понятную для читателей и представителей какого-либо определенного народа, так как в нём так или иначе присутствует характерный национальный колорит и лингвокультурная специфика. Следовательно, каждый прецедентный текст непременно формирует ассоциации, всплывающие в сознании человека при последующем употреблении данных феноменов. Прецедентные явления отличаются особой выразительностью, которая осуществляется при помощи актуализации коннотативных значений. Часто текст, содержащий прецедентные феномены, не может быть полностью передан на переводящем языке. Важно, чтобы перевод указывал на время и период создания текста, поэтому следует подбирать слова и выражения, присущие именно тому отрезку времени, когда был создан текст оригинала. Переводчик в процессе воссоздания текста должен учитывать стиль, используя эстетический вкус, широкий кругозор и эрудицию, чтобы максимально передать оригинал в иноязычной культуре. Навык находить и правильно анализировать прецедентные феномены является важным критерием осуществления межкультурных и эстетических составляющих перевода, поскольку некорректно воспроизведенный в переводе оригинал, а соответственно, неопознанные прецедентные феномены, утрачивает свою главную цель – передать национальный колорит, игру и выразительность.

Всем известен случай, когда советский государственный деятель Никита Сергеевич Хрущёв на Американской национальной выставке «Промышленная продукция США» произнес речь, в которой сказал: «Мы вам покажем кузькину мать». В нынешнее время, например, президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин использует выражения, которые могут оказаться настоящим вызовом для переводчика, где требуется перевести, на первый взгляд, непереводимую игру слов.

Для перевода прецедентных феноменов могут быть использованы следующие переводческие приемы: транскрипция, транслитерация, приблизительный перевод, принцип родовидовой замены, введение неологизма, описательный перевод, контекстуальная замена, а также калькирование.

В 2009 году В.В. Путин ответил на заявление президента США Барака Обамы, который планировал свой первый визит в РФ, что Россия стоит «одной ногой в прошлом, а другой – в будущем» следующее:

Мы в раскорячку не умеем стоять, мы твердо стоим на ногах.

We cannot learn to stand with our legs bent at knees sideway; we keep our feet firmly on the ground and look into the future.

В данном примере был использован описательный перевод в качестве переводческой трансформации.

Во время поездки в Сирию В.В. Путин произнес фразу «Увидимся, не откладывая встречу в долгий ящик». Переводчик воспроизвел прецедентный текст с помощью приблизительного перевода: “See you, without postponing the meeting in a back burner”.

В 2017 году президент на заседании петербургского международного экономического форума в шутку сказал собравшимся «вольно», переводчик в свою очередь передал это как “welcome”, используя контекстуальную замену, так как прецедентное явление было упомянуто в качестве приветствия.

В январе 2017 года В.В. Путин дал интервью корреспондентам нескольких зарубежных каналов, где прозвучала следующая фраза:

…мы стараемся организовать праздник для всех любителей спорта в мире, а не только для себя. Хотя, конечно, ваш покорный слуга прежде всего думает о том, чтобы сделать такой праздник для граждан Российской Федерации.

...we try to organize a holiday for all sports fans in the world, not just for ourselves. Although, of course, your humble servant first of all thinks about making such a holiday for the citizens of the Russian Federation.

В данном примере был осуществлен такое прием перевода, как калькирование.

В прямом эфире отечественных телеканалов и радио была проведена встреча с президентом «Прямая линия с Владимиром Путиным». В ходе обсуждения некоторых вопросов президент высказался следующим образом:

Вы сейчас допустили оговорку, как говорят, по Фрейду. Вы сказали: мы пропустили отторжение Украины от России. Да никакого отторжения не было.

You have just made a Freudian slip. You said: we missed the separation of Ukraine from Russia. Yes, there was no rejection.

В данном примере была использована лексическая трансформация как прием перевода, так как в англоязычной культуре есть реалия, связанная с австрийский психологом и психоаналитиком.

К 70-летию Дня Победы в Европе бывший президент США Барак Обама сказал:

The Americans who won the beachhead at Normandy, inch by bloody inch.

Американцы, которые завоевали плацдарм в Нормандии, дюйм за дюймом.

Здесь мы можем видеть прецедентный текст из трагедии Шекспира, что для русскоязычных людей не является близко знакомым и общеизвестным, если только они не приближены к сфере литературы. Переводчик использовал калькирование как прием перевода.

В первой инаугурационной речи Барака Обамы прозвучало следующее прецедентное высказывание:

Starting today, we must pick ourselves up, dust ourselves off and begin again the work of remaking America.

Начиная с сегодняшнего дня, мы должны взять себя в руки, отряхнуться и снова начать работу по преобразованию Америки.

Данное прецедентное высказывание было переведено с помощью лексических трансформаций.

Таким образом, переводчик нередко сталкивается с проблемами перевода, работая с прецедентными феноменами, следовательно, это вызывает огромный интерес и дискуссии. Попытка найти переводческое решение и донести до реципиента суть и смысл прецедентного текста является не самой легкой задачей, где переводчику приходится применять не только знание языка, но и переводческую догадку, определенные фоновые знания в сфере культуры, истории, литературы, чтобы передать их специфические особенности и национальный колорит. Причиной трудностей является то, что прецедентные элементы являются частью определенной культуры, что осложняет восприятие этого феномена вне данной культуры. На первом месте у переводчика должен стоять реципиент перевода, который должен понять текст верно. В свою очередь, переводчик обязан обеспечить грамотный, эквивалентный и адекватный перевод, чтобы сохранить эффект от текста оригинала.

Список использованных источников

1. Дейк, Т.А. ван. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Т.А. ван Дейк. – М.: Книжный дом «Либроком», 2013. – 344 с.

2. Захаренко, И.В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов / И.В. Захаренко [и др.] // Язык, сознание, коммуникация. – М.: Филология,1997. – 159 с.

3. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 264 с.

4. Комиссаров, В.Н. Общая теория перевода / В.Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 2000. – 253с.

5. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса; дис. … д-ра филол. наук / Е.И. Шейгал. – Волгоград, 2000. – 440 с.

6. Чудинов, А.П. Политическая лингвистика / А.П. Чудинов. – М. : Флинта: Наука, 2012. – 256 с.

УДК 800

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ПЕРЕВОДЧИКА

Нигматуллина С. А.
Студент, Кубанский государственный университет,
г. Краснодар, nigmatullinasofi@yandex.ru

Научный руководитель: Горохова Александра Владимировна, старший преподаватель кафедры теории и практики перевода факультета романо-германской филологии Кубанский государственный университет, г. Краснодар

Аннотация. В данной статье рассматривается такое понятие, как профессиональная языковая личность переводчика. Проводится разграничение терминов«языковая личность» и «профессиональная языковая личность». Анализируются проблемы определения профессиональной языковой личности для некоторых профессий, а также ее структурные особенности. Выдвигается предположение о том, что профессиональная личность переводчика представляет собой синтез профессионализма и билингвизма. В итоге выделяются критерии переводческой профессиональной личности и вывод о ее сформированности.

Ключевые слова: языковая личность, профессиональная языковая личность, переводчик, профессиональная личность переводчика, язык в профессиональной деятельности.

TRANSLATOR’S LINGUISTIC PROFESSIONAL PERSONALITY

Nigmatullina Sofya Alikovna, student, Kuban State University, Krasnodar, nigmatullinasofi@yandex.ru

Research advisor: Alexandra Gorokhova, senior lecturer at the Department of Translation and Translation Studies, Faculty of Romano-Germanic Philology, Kuban State University, Krasnodar

Abstract. This article examines the professional linguistic personality of a translator. We present the differences between the terms linguistic personality and professional linguistic personality. The paper considers the structural features of professional linguistic personality and the problems of its definition for some professions. We suggest that the professional linguistic personality of a translator is a synthesis of professionalism and bilingualism. As a result, the criteria of the translator's professional personality are distinguishedand the conclusion about its formationis made.

Key words: linguistic personality, professional linguistic personality, translator, translator's professional personality, language in professional activity.

Существованием науки персонологии, изучающей личность, мы обязаны Н.С. Трубецкому. Он был уверен, что личность как явление не может быть рассмотрена в полной мере с помощью человеческих способностей. В конечном итоге, однако, он не отрицал, что в итоге наука будет исследовать личность: «изучаться при этом могут либо общие законы существования личности и отношения личности к миру и к другим личностям, либо формы эмпирического проявления как личности вообще, так и какой-нибудь конкретной данной личности» [7, 1995: с.106].

Одним из способов анализа личности является изучение её в языке. Человеческий фактор в речевой активности стал одним из ключевых направлений современного изучения языкознания. Именно В. В. Виноградов вводит в обиход понятие «языковая

личность», но при этом важно учитывать факт того, что В. Фон Гумбольдт и И. Г. Гердер еще в XVIII – XIX вв. говорили об индивидуальном характере владения языком.

Языковая личность изучается сейчас с точки зрения различных подходов и один из них – исследование профессиональной языковой личности. Благодаря появлению нового раздела лингвистики, на данный момент это понятие часто фигурирует в трудах лингвистов.

Так, цель настоящего исследования заключается в том, чтобы рассмотреть профессиональную языковую личность переводчика и установить, обладает ли она определённой спецификой.

В соответствии с целью были поставлены следующие задачи:

1. разграничить понятие языковой личности (ЯЛ) и профессиональной языковой личности (ПЯЛ);
2. определить структуру профессиональной языковой личности;
3. обозначить специфические признаки сформированной профессиональной языковой личности переводчика

Чаще всего исследователи понимают ЯЛ как «личность, проявляющую себя в речевой деятельности и обладающую многоуровневой и многокомпонентной структурой» [5, 2014: 108]. Другие же уверены, что ЯЛ – это «любой носитель того или иного языка, охарактеризованный на основе анализа произведённых им текстов с точки зрения использования в этих текстах системных средств данного языка для отражения видения им окружающей действительности и для достижения определённых целей в этом мире» [3, 2010: 25]. Следовательно, это индивид, обладающий способностью выражать свои мысли, анализировать и думать на определенном языке. Языковая личность помогает нам выражать наше видение картины мира и отношение к ней через языковые средства.

Ю.Н. Карауловым была предложена трёхэлементная структура ЯЛ:

1) повседневное владение языком носителями, то есть вербально-семантический элемент;
2) идеи и представления о мире, то есть когнитивный элемент, охватывающий интеллектуальную сферу личности;
3) осмысление реальности мира, то есть прагматический элемент [4, 1987: 5].

А.П. Садохин, в свою очередь, предлагает выделять в структуре языковой личности не три, а пять компонентов, что позволяет провести более детальный анализ данного феномена:

1) языковая способность;
2) коммуникативная потребность;
3) коммуникативная компетенция;
4) языковое сознание;
5) речевое поведение [5, 2014: 106].

Ввиду появления нового понятия ЯЛ, возникает потребность в дальнейшем изучении данного явления. Одним из возможных направлений исследования становится анализ ПЯЛ.

Лингвисты считают, что данное понятие может быть напрямую связано со специфичными особенностями использования языков в профессиональной деятельности [8, 2011: 340.]. В то же время ПЯЛ понимается как «совокупность интеллектуальных, социально-культурных и морально-волевых качеств человека, сформированных в особой профессионально-культурной среде и отраженных в свойствах его сознания, поведения и деятельности» [2, 2011: 224].

Для ПЯЛ необходимо определенное количество качественных знаний, навыков, компетенций. Немаловажным фактором в свою очередь является знание профессиональной терминологии и правильное ее использование.

Сформированная ПЯЛ должна владеть как практическими навыками, так и определенными теоретическими сведениями в определенной отрасли. Важно учесть также степень владения профессиональной терминологией этой отрасли [6, 2020: 28].

Следовательно, для каждой профессиональной сферы формируется уникальная ПЯЛ. Очевидно, для ее определения и понимания ее существования существуют ряд критериев. В первую очередь к ним относятся знание профессиональной лексики и качественное её использование.

Говоря о ПЯЛ, нужно учитывать специфику профессий, связанных с несколькими языками. Для некоторых специальностей, таких как переводчик и лингвист, например, билингвизм должен являться частью ПЯЛ. Несмотря на противоречивую природу данного понятия, в данной статье билингвизм рассматривается как в равной мере безукоризненное владение двумя языками и использование их в определенных условиях общения. Билингвизм обязателен для того, чтобы овладеть профессией, непосредственно связанной с языками, ведь помимо обладания основными навыками и компетенциями специальности, знания двух и более языков необходимо.

Так, по мнению Э.А. Сорокиной, ПЯЛ лингвиста проявляет себя в первую очередь через понимание и использование сложных лингвистических терминов. Важно не просто назвать какое-то явление, но и уметь объяснить свое решение. Именно это будет указывать на степень зрелости профессиональной личности. Только после освоения определённых профессиональных навыков, теоретических навыков и определенной профессиональной терминологии, мы можем говорить о становлении ПЯЛ [6, 2020: 29].

Необходимо учитывать, что помимо лингвистов, есть множество других профессий, которые непосредственно связаны со знанием языков: переводчики, филологи, редакторы и т.д. Из-за чего возникает вопрос об уместности критерия знания специальной лексики как главного признака сформированной ПЯЛ, ведь данные профессии, в первую очередь, требуют высокий уровень владения языками.

Так, переводчик должен помимо правильного использования профессиональных лингвистических терминов, грамотно говорить на родном языке и языке перевода, а также точно транслировать мысли с одного языка на другой.

В дополнение к точному использованию профессиональных терминов и концепций, в обязанности переводчика, согласно профессиональному стандарту, также входит:

1) определение типа исходного текста и его жанровой принадлежности;
2) поиск аналогичных текстов по заданной тематике и (или) шаблонов;
3) осуществление межъязыкового письменного перевода текста сиспользованием имеющихся шаблонов;
4) саморедактирование текста перевода;
5) оформление текста перевода в соответствии с требованиями, обеспечивающими аутентичность исходного формата;
6) прохождение процедуры нотариального свидетельствования подлинности;
7) подписи переводчика на переводе документов [9].

Данный документ определяет те навыки и компетенции, которые должны быть у профессионального переводчика, но при этом наличие данных навыков не означает формирование полноценной профессиональной языковой личности у переводчика.

Е. Л. Аликина говорит о том, что ПЯЛ переводчика можно определить с помощью критериев. Ими становятся мультилингвальность, поликультурность, социоцентричность, толерантность и т.д. [1, 2014: с. 17].

Маловероятно, что ПЯЛ переводчика может быть ограничена только лишь знанием профессиональной лексики. У переводчика должен быть большой багаж фоновых знаний не только для того, чтобы правильно понять и перевести мысль, но и сделать ее понятной для носителей переводимого языка. Данная специальность означает не только знание теории в виде лексических и профессиональных терминов, но и профессиональное владение как родным, так и иностранным языками, то есть профессия переводчика по природе своей билингвальна.

Несмотря на наличие определенных и выявленных критериев, уже выделенных другими учеными, мы по-прежнему не можем утверждать, что наличие данных критериев подтверждает наличие сформированной профессиональной личности.

Так, мы можем сделать ряд выводов:

1. Понятие языковой личности намного шире понятия профессиональной языковой личности. Языковая личность включает в себя само понятие профессиональной языковой личности. Если языковая личность в принципе рисует картину мира с помощью языковых средств, то профессиональная языковая личность отражает восприятие мира с профессиональной точки зрения.

2. Существуют различные подходы к определению структуры языковой личности. Первый подход является трехкомпонентным и включает в себя вербально-семантический, когнитивный и прагматический компоненты. Другой же подход об определении структуры ЯЛ выделяет 5 составных частей, среди которых различаются языковая способность, коммуникативная потребность, коммуникативная компетентность, языковое сознание и речевое поведение.

3. Для каждой профессиональной деятельности существуют свои критерии выделения профессиональной языковой личности, которые не нужно путать с профессиональным стандартом деятельности, навыки и компетенции в котором, в свою очередь не означают формирование ПЯЛ.

4. Профессиональная личность переводчика явление многогранное, ведь данное понятие включает в себя не только качественное владение навыками и знаниями, но и знание двух или более языков в совершенстве. Таким образом, профессиональная личность переводчика представляет собой сочетание билингвальной и профессиональной языковой личности в целом.

Поскольку понятие профессиональной языковой личности переводчика еще недостаточно изучено, этот феномен нуждается в дальнейшем исследовании. Например, знания об этом явлении могут улучшить условия обучения будущих кадров, начав процесс формирования профессиональной личности настолько рано, насколько это возможно. Это в итоге ускорит процесс подготовки будущих специалистов и облегчит их обучение.

Список использованных источников

1. Аликина, Е.В. Переводчик как метаязыковая личность; Тамбов: Грамота, 2014 № 4 (34): в 3-х ч. Ч. I. С. 15-18.
2. Голованова, Е.И. Введение в когнитивное терминоведение: учебное пособие / Е.И. Голованова. М.: Флинта: Наука, 2011. С. 224.
3. Иванцова, Е. В. О термине «языковая личность»: истоки, проблемы, перспективы использования // Вестник Томского государственного университета. — Томск: ТГУ, 2010. – № 4 (12). – С. 24-32.
4. Караулов, Ю.П. Указ. соч. М., 1987. С. 5.
5. Садохин А.П. Введение в теорию меяскультурной коммуникации: учебное пособие / А.П. Садохин. – М.: КИОРУС, 2014. – 254 с. – (Бакалавриат), С. 106.
6. Сорокина, Э.А., Мазирка И. О. Проблемы формирования языковой личности в условиях обучения профессиональному языку лингвистики. Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика2020, С. 24-32
7. Трубецкой, Н. С. История. Культура. Язык. М.: Прогресс, 1995. С. 799.
8. Чернышова, Л. А. Антрополингвистические аспекты современной отраслевой терминологии (на материале терминологии железнодорожного транспорта): дис. ... докт. филол. наук. М., 2011. С. 340.
9. Профессиональный стандарт: специалист в области перевода; приказом министерства труда и социальной защиты российской федерации от 18 марта 2021 № 34н.

УДК 811

ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЕ ТЕКСТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ: АГРЕССИЯ В СЛОВАХ АВТОРА ИЛИ ПЕРЕВОДЧИКА?

Минко Я. Н., Оверченко Е. С.
Преподаватель кафедры лингвистического образования, Южный Федеральный Университет, г. Таганрог, sakovich93@mail.ru
Ассистент кафедры лингвистического образования Южный Федеральный Университет, г. Таганрог, overchenko-elena@bk.ru

Аннотация. В данном исследовании приводится анализ средств передачи речевой агрессии в публицистических текстах политической направленности, передача речевой агрессии при переводе. За основу взяты 12 статей из 5 газет. Авторами сделан вывод, что на речевую агрессию в публицистике влияет культура языка, культура страны автора и переводчика. С помощью языковых особенностей действительно можно воздействовать на целое общество. Речевая агрессия необходима в публицистических текстах, особенно политической тематики, для завлечения и удержания аудитории.

Ключевые слова: агрессия, речевая агрессия, культура, средства массовой информации, манипуляция.

AGGRESSION IN POLITICAL TEXTS OF PUBLICISTIC STYLE: AGGRESSION IN ORIGINAL OR TRANSLATED ARTICLES?

Minko Yana Nikolaevna, lecturer at the departments of linguistic education, Southern Federal University, Taganrog, sakovich93@mail.ru
Overchenko Elena Sergeevna, assistant at the departments of linguistic education, Southern Federal University, Taganrog, overchenko-elena@bk.ru

Abstract. This study analyzes the means of transmission of verbal aggression in political texts of publicistic style, the transmission of verbal aggression in translation. There have been taken 12 texts of political journalism from 5 newspapers as a basis. The authors concluded that the speech aggression in journalism is influenced by the culture of the language, the culture of the country of the author and the translator. It is really possible to influence the whole society using language features. Aggression in political texts of publicistic style is necessary to entice and retain an audience.

Keywords: aggression, speech aggression, culture, media, manipulation.

В эпоху цифровой глобализации и постоянных конфликтов в цифровом пространстве крайне важно ни только пользоваться проверенными источниками, но и уметь читать между строк. Постоянная гонка за лидерство – это желание показать, кто занимает место мировой державы. Интернет пестрит новостными событиями, но именно СМИ люди привыкли доверять больше, большинство считает их проверенными источниками. Следовательно, СМИ играют одну из ключевых ролей в победе за лидерством в мировой гонке. Именно СМИ включают в себя наибольшее количество участников речевого влияния. СМИ – орудие управления умами, которое направляет человеческое мышление в «нужное русло», указывает «верный путь». К сожалению, один из лучших способов «управления» – манипуляция с помощью речевой агрессии. Важную роль в этом процессе играют и писатели, и переводчики. Язык «не искажает и не преобразует действительность», именно автор создает «реальность» для своего читателя путем использования тех или иных слов, речевых оборотов. [3, 2016: 114] По этой причине важно, как никогда, понимать, что слово должно контролировать, защищать

коммуникативное пространство от враждебности и агрессии. Агрессия – это сложное понятие, которое имеет множество интерпретаций. С точки зрения языка наибольший интерес вызывает речевая агрессия, т.е. словесное выражение агрессивного отношения. СМИ не просто несут информативную функцию, они имеют воздействующе-информативный характер, который чаще имеет не дружелюбный окрас, а агрессивный. Социальное пространство создается и категоризуется в языке, согласно теории Сепира-Уорфа. Почему печатные СМИ являются главным коммуникативным пространством, где используется речевая агрессия? Автор статьи (как и переводчик) перерабатывает информацию, передает ее читателю, комментирует события, тем самым развивая нормы морали, этнические вкусы и оценки, помогая выстроить приоритеты своих ценностей, зачастую навязывая читателю историческую, психологическую, социально-политическую «правду» [4, 2005: 98].

Мы проанализировали статьи русских, английских и американских изданий. Главная цель публицистического стиля – информирование читателя, цель автора – привлечение, удержание и убеждение читателя. Автор добивается своей цели с помощью эмоциональности, экспрессии, оценки и особенностей публицистического стиля.

К особенностям публицистического стиля относятся:

1. Ориентированность на интересы текущей жизни:

North Korea launched two short-range ballistic missiles that landed on Thursday outside Japan's economic exclusion zone, according to Japan's Defense Ministry. They were launched from near Pyongyang, the North Korean capital, toward the waters off the east coast, according to the South Korean military.

Приведенный пример отрывка статьи из NewYorkTimes рассказывает о современной ситуации в отношениях двух стран в момент массовой повышенной тревожности, приковывая внимание читателей по всему миру.

2. Широкий охват тематики:

After Mar-a-Lago Search, Talk of 'Civil War' Is Flaring Online.

Данный заголовок американского издания показывает широту тематики статьи: проблемы 2022 года и исторические события 1861—1865 годов.

3. Ориентированность на широкую аудиторию:

U.S. Believes Ukrainians Were Behind an Assassination in Russia.

Используя словосочетание *U.S. Believes Ukrainians* автор статьи говорит не об отдельном органе страны или отдельной группе лиц в каждой стране, а имеет в виду каждого гражданина США и каждого гражданина Украины.

4. Ориентированность к экономии языковых средств:

Democrats Worry as G.O.P. Attack Ads Take a Toll in Wisconsin.

*G.O.P. – Grand Old Party «*Республиканская партия США». Аббревиатуры обеспечивают экономию языковых средств, в отличии от их полной расшифровки.

5. Отбор языковых средств с установкой на их общепонятность:

*In early 2020, the **virus** was **spreading rapidly** in Wuhan, the city in China where the **pandemic** first took hold.*

В данном примере автор статьи использует понятную для широкой аудитории лексику, подобная лексика привычна в повседневном общении благодаря частотночти её использования.

6. Широкое использование языковых средств для достижения эффекта воздействия:

*G.O.P. governor candidate in Kansas walks abortion **tightrope** in a debate.*

Tightrope walk – «ходить по краю». Использование существительного *Tightrope* (дословно «туго натянутый канат») в словосочетании с глаголом *walk* несет большую эмоциональную окраску, чем, например, дословный вариант *dangerous situation «*опасная ситуация». Благодаря этому автор статьи смог добиться большего эффекта воздействия на читателя – нагнетая обстановку и повышая напряжение.

Переводчик публицистических текстов должен соблюдать не только правила стиля, но и учитывать языковые особенности письменной речи автора: передать смысл статьи, сохранить или эксплицировать информацию, выраженную в статье имплицитно, а также сохранив эмоциональность и напряжение, когда в перевод включается культурологический вопрос, перед переводчиком становится выбор: сохранить точность перевода с потерей дословного восприятия статьи у читателя, не знающего тонкости культуры языка оригинала статьи, или адаптировать текст под культуру своего читателя, чтобы она стала не просто понятнее, но и воспринималась естественно с точки зрения родного языка.

В данном ключе наибольший интерес представляют статьи политической тематики. В политических текстах учитываются культурно-исторические знания адресата, так как в случае если читателю не хватает этих знаний, то он может не понять истинный смысл статьи или станет объектом манипуляции автора статьи, поскольку будет подвержен точки зрения автора [6, 2009: 83]. Именно поэтому в публицистике используют определенные стилистические особенности, чтобы достичь нужного воздействия на адресата. Согласно Ю.В. Приваловой, М.Ю. Нечепуренко, С.Р. Балуян, к таким особенностям относятся [7, 2015: 67]:

1. Использование неоднородного лексического состава (сочетание книжной, разговорной и просторечной лексики):

*А самый большой **грех** России, если верить заявлениям европейских чиновников, в том, что наша страна (как и Китай) сопротивляется проникновению западных ценностей.*

Автор навязывает читателю негативное отношение к объекту агрессии, усиливая эффект использования книжной (религиозной) лексики с отрицательным окрасом по отношению к объекту агрессии.

*Meeting on the **sidelines** of a summit for the Shanghai Cooperation Organization in the Uzbek city of Samarkand, Xi said that China is willing to work with Russia to "demonstrate the responsibility of a major country to play a leading role and inject stability into a turbulent world," according to Chinese state TV.*

«***Sidelines»*** – кулуары. Выражение «встречи/разговоры в кулуарах» несет негативную оценку: только избранные владеют информацией, которая недоступна простому народу, это выражение также используют по отношению к сплетням, что может вызвать у читателя негативные эмоции. (Разговорная и просторечная лексика)

2. Использование специальной лексики из различных областей знания: политики, экономики, культуры и т.д.:

*Мешают Западу сломить несознательных граждан и силой цивилизовать эти государства, ввести их в **стойло** прогресса.*

Слово «стойло» несет негативную оценку, что позволяет усилить у читателя общее впечатление от статьи (Разговорная и просторечная лексика).

3. Употребление оценочной лексики:

*White House press secretary Karine Jean-Pierre said Friday that Russian President Vladimir Putin's comments about using nuclear weapons have been "**irresponsible**" but that the United States is not yet adjusting its nuclear posture.*

Используя именно такое прилагательное, автор не только выражает негативное отношение к объекту агрессии, но и навязывает читателю свое мнение об описываемых в статье событиях: по мнению автора, объект агрессии, который занимает такую высокую должность, принимает 'безответственные' решения, относящиеся ко всему миру, что недопустимо.

*Американский президент Байден выступил с **резкими утверждениями** о том, что мир ближе всего за последние шестьдесят лет подошел к ядерной катастрофе.*

«Резкий» – грубый, дерзкий, высказанный с обидной прямотой. Данное прилагательное помогает усилить влияние на читателя, дает понять, что объект агрессии

позволяет себе использовать грубую подачу информации, что показывает его неуважение к слушателям.

4. Использование неологизмов и окказионализмов:

Recall that Washington's plans to paint Beijing as some sort of ***Moscow-enabler*** *failed miserably.*

В данном примере окказионализм выражает негативное и ироническое отношение автора к объекту агрессии: у читателя возникает ассоциация, что одна страна находится в подчинении у другой, хотя обе страны имеют огромное влияние в мировой политике.

Причем два лидера не стали прибегать к ***антиковидным*** *ограничениям: разговаривали на близком расстоянии, без масок.*

Автор использует неологизм, чтобы более точно описать и передать современное состояние событий в мире.

5. Широкое использование простых предложений:

China's Xi visits Central Asia ahead of expected meeting with Putin.

The SCO is the largest economic cooperation institution in Eurasia.

И упоминают, естественно, в критическом ключе.

И под словами господина Борреля можно подписаться.

Путин отметил дружбу между Россией и Китаем.

Авторы используют простые предложения, делая текст более легким, не перегружая сложными конструкциями. Читателю легче воспринимать такие информационные политические статьи, где приведен ряд фактов.

6. Употребление эллиптических предложений в заголовках:

China's New Vassal

Короткие предложения в заголовке интригуют читателя, вызывая желания прочитать статью. Также автор статьи в заголовке охватывает несколько тематик: Китай, его отношения с Россией, роли двух стран. При этом, используя слово 'vassal', автор наталкивает читателя на отрицательное отношение к взаимоотношениям между двумя странами.

Расстрел Синдзо Абэ – огромный шок для Японии и всего мира

Inside the Wait for Refugee Status

Эллиптические предложения в заголовке интригуют читателя, вызывая желания прочитать статью, делают заголовок ярче и экономят место.

7. Активное использование прямой речи, диалога:

"We ***highly value the balanced position of our Chinese friends*** *regarding the Ukrainian crisis, we understand your questions and concerns on this matter, and during today's meeting we will of course clarify all of these in detail," Putin said in his opening remarks.*

«Перед лицом невиданных за всю историю колоссальных перемен нашего времени в мировом масштабе мы готовы ***с российскими коллегами показать пример ответственной мировой державы и сыграть руководящую роль****, чтобы вывести столь быстро меняющийся мир на траекторию устойчивого и позитивного развития», — сказал китайский лидер.*

Данные примеры использования прямой речи в двух разных публицистических изданиях имеют разное влияние на читателей: у западных читателей дружба России и Китая вызывает опасение в связи с их картиной мира; у российских читателей – наоборот. Помимо этого, в русской статье приведенный пример прямой речи указывает читателю на то, что далеко не все в мире могут быть примером, тем самым провоцируя негативное отношение в основном к Западу.

Деятельность переводчика всегда связана с языком и культурой. Перевод является не только лингвистическим процессом, но и культурным процессом. Переводчик устанавливает коммуникацию между представителями двух разных языковых культур [3, 2016: 114]. Одним из ярких примеров передачи агрессии при переводе, точнее нейтрализации агрессии во избежания конфликта двух сторон, является исторический

момент, когда переводчик Маргарет Тэтчер, в 1980-е годы во время приема президента Конго, известного коммуниста и марксиста, не передал агрессию через речь и поспособствовал избежанию конфликта. Согласно истории, Тэтчер обратилась к президенту Конго с фразой: «Я ненавижу коммунистов». Переводчик прибегнул к косвенной речи, используя нейтральную лексику: «Премьер-министр Тэтчер говорит, что не является сторонницей идей Карла Маркса» [8, 2004].

Агрессия – это проявление негативного, враждебного отношения, причиняющего вред объекту агрессии. **Речевая агрессия** – это словесное выражение такого отношения [7, 2015: 67]. Классификации вербальной агрессии отражены в ряде работ: Л.В. Ениной [1, 1999: 222], Ю.В. Щербининой [10, 2004: 224], А.Басса [11, 1971: 7] и А.К. Михальской [6, 1996: 192].

Согласно классификации А.К. Михальской, существует несколько способов передачи агрессии [6, 1996: 192]:

1. Наклеивание ярлыков:

На фоне пусть редких, но всё же появляющихся голосов на Западе в пользу решения украинского конфликта не только на "поле боя", он отчаянно втягивает своих ***хозяев*** *в ядерную риторику. «Да, и Западу пора уже наконец унять наркотические фантазии* ***своей*** *слетевшей с катушек* ***марионетки».***

No, Ukraine's New President Zelenksiy Is Not ***Putin's Puppet.***

В английском и русском языках авторы статей одинаково используют слово «puppet-марионетка». В роли кукловода выступают разные стороны: Запад и Россия, при этом по одной версии кукловодом выступает один человек, по другой – группа лиц. Это сделано с целью навязать читателю свою точку зрения.

2. Обыгрывание имени объекта агрессии:

Встреча ***лидеров Китая*** *и* ***России*** *привносит стабильность в мир перемен и беспорядка.*

Xi *and* ***Putin*** *meet and pledge to 'inject stability' in the world.*

В русскоязычной статье показывается уважение к главам стран – «лидеры», в английском варианте – просто имена. Автор англоязычной статьи показывает не просто свое отношение к ситуации, но и демонстрирует культуру языка, где совершенно уместно использовать просто имена значимых фигур мировой арены, тем самым принижая их.

3. Нагнетание негативных ассоциаций:

Recall that Washington's plans to paint Beijing as ***some sort of Moscow-enabler*** *failed miserably.*

Парадокс в том, что подобной риторикой Запад сам создает то, чего больше всего боится – ***союз России с Китаем****.*

Пример из статьи на английском языке демонстрирует мнение США о Китае, вызывает у читателя чувство тревоги, ведь планы Вашингтона рушатся. Тем самым читатели будут считать, что Россия и Китай – не «союзники» (как в русскоязычной статье), а одна из стран является «пособником» (**enabler**) другой страны. Слово «enabler» также запугивает читателя, поскольку несет крайне негативный окрас: согласно словарю В.И. Даля «пособник» – помощник в дурных, преступных действиях, сообщник, соучастник.

4. Акцентирование неприятных или обидных для объекта деталей:

*Putin may find himself without an "****off-ramp****," Biden said, prompting Moscow to deploy the weapons of mass destruction.*

«Впервые после кубинского ракетного кризиса у нас есть прямая угроза применения ядерного оружия, если на самом деле ***все пойдет по тому пути, по которому идет,»*** *–сказал американский президент.*

Off-ramp – «запасной путь; способ избежать (уголовной) ответственности».

Автор статьи хочет, чтобы читатель поверил, что объект агрессии единственный в ответе за действия разных сторон, в русскоязычном варианте – действия всех сторон руководят процессом.

5. Прямое оскорбление:

Президент Путин сказал, что мир претерпевает многочисленные изменения, но единственное, что остается неизменным – это ***дружба и взаимное доверие*** *между Россией и Китаем, а российско-китайское всеобъемлющее стратегическое партнерство координации стабильно, как горы.*

"Russian President Vladimir Putin's decision to invade Ukraine has forced Russia to turn to its fellow Eurasian giant, ***hat in hand****," Alexander Gabuev, a senior fellow at the Carnegie Endowment for International Peace, wrote in Foreign Affairs magazine.*

Отношения между Россией и Китаем дружественные и доверительные, но в английском языке автор статьи использует словосочетание «hatinhand» (униженно, с протянутой рукой) и тем самым унижает одну из великих стран мира и непосредственно ее президента.

6. Дисфемизация речи:

And now the whole ***bunch*** *of them are meeting up in Samarkand, Uzbekistan on Thursday and Friday for the Shanghai Cooperation Organization (SCO) summit.*

Самое важное, общее заседание ***лидеров стран ШОС****, съехавшихся в Самарканд, намечено на пятницу, но четверг – первый день саммита этой организации, представляющей половину жителей Земли, – тоже оказался насыщенным.*

Bunch – «компания, групка, кучка» (разг.); *bunch* – «стадо» (амер.).

Автор использует именно это слово «bunch», а не его синоним «group» или, как в русской статье «лидеры», чтобы усилить влияние речевой агрессии на читателя, сделать статью более экспрессивной и эмоциональной.

Проведя анализ публицистических статей англоязычных и русскоязычных изданий, мы пришли к выводу, что оба языка, английский и русский, имеют общие характеристики и особенности в публицистическом стиле; речевая агрессия необходима в публицистических текстах, особенно политической тематики, для завлечения и удержания аудитории. При работе автора статьи есть выбор в использовании тех или иных языковых средств, однако, переводчик ограничен рамками оригинала. В зависимости от аудитории, на которую ориентирована переведенная статья, переводчик адаптирует оригинал, опираясь на культуру, ценности и взгляды своей аудитории. Безусловно, русский и английский языки имеют разную культуру, поэтому авторы статей в первую очередь пишут для своей «родной» аудитории. Таким образом, автор статьи, создавая материал, передает его в печать и уже переводчик с ней работает, опираясь на средства, которые в его власти, для перевода, передачи, сохранения или опущения агрессии.

Список использованных источников

1. Енина, Л.В. Катартический характер речевой агрессии в сверхтексте лозунгов и источники ее смягчения /Л.В. Енина // Вопросы стилистики: Межвуз. сб. науч. тр. вып. 28 Антропоцентрические исследования. Саратов: Сарат. ун-т, 1999. – С. 222 – 231.
2. Енина, Л.В. Речевая агрессия и речевая толерантность в средствах массовой информации /Л.В. Енина // Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения: материалы исследований и научно-практической конференции. 2002. – С. 104 – 110.
3. Жаркова, Л. В. Культурологический принцип осуществления устного и письменного перевода / Л. В. Жаркова. —Молодой ученый. — 2016. — № 11 (115). — С. 1582-1584. — Режим доступа https://moluch.ru/archive/115/30473/ (дата обращения: 06.10.2022).

4. Коряковцева, Е.И. Языковой образ российской провинции в столичной прессе /Е.И. Коряковцева // Жизнь провинции как феномен духовности. — Н. Новгород, 2005. – С. 314–323.

5. Михальская, А.К. Русский Сократ: лекции по сравнительно-исторической риторике /А.К. Михальская– М.:. Центр “Academia”, 1996. – 192 с.].

6. Попова, Т.Г. Интеграция языка и культуры как культурологическая реальность в процессе перевода /Т.Г. Попова // Пространства и концептосферы языка: структура, дискурс, метатекст: Материалы III Международной научной конференции по актуальным проблемам теории языка и коммуникации. – М.: Военный университет. – 2009.– 361 с.].

7. Привалова, Ю.В., Нечепуренко М.Ю., Балуян С.Р и др. Экспликация агрессии при переводе публицистических текстов политической направленности. /Ю.В. Привалова, М.Ю. Нечепуренко, С.Р. Балуян и др// Изд-во ЮФУ. Таганрог: монография, 2015. 67 с.

8. Роббинс, Дж. Влияние перевода на ход истории /Дж. Роббинс // BBC Learn English. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://news.bbc.co.uk/hi/russian/learn_english/newsid_3697000/3697844.stm (дата обращения: 14.05.2016)

9. Щербинина, Ю.В. Русский язык. Речевая агрессия и пути ее преодоления. /Ю.В. Щербинина //– М.: книга, 2004. – 224 с.

10. Buss, A. Aggression Pays / A. Buss// The Control of Aggression and Violence. – NY: Academic Press, 1971. – PP. 7-18.

СЕКЦИЯ 3 «ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ»

УДК 811.11 – 112

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ПУЧКИ КАК МАРКЕР ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТИЛЯ ПЕРЕВОДЧИКА (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДОВ РОМАНА «РАССКАЗ СЛУЖАНКИ» НА ПЕРСИДСКИЙ ЯЗЫК)

Ахмади Л.

Волгоградский государственный университет, Волгоград, leilavahmadi@gmail.com

Научный руководитель: Новикова Элина Юрьевна, доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики перевода и лингвистики, Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия

Аннотация. Исследование направлено на изучение использования лексических пучков в персидских переводах английского романа «Рассказ служанки» Маргарет Этвуд. Целью исследования является изучение лексических пучков и их использования в тексте перевода в соответствии со стилистическими особенностями двух персидских переводов романа, выполненных двумя разными переводчиками Сохейлом Соми и Маниже Жианом. Методика исследования предполагает количественный и качественный сравнительный анализ параллельных корпусов, единицей анализа выступает предложение. Результаты исследования показали, что в переводе М. Жиана использовалось большее количество лексических пучков. Однако в переводе С. Соми наблюдалось более эффективное использование относительно ограниченных типов лексических пучков, что привело к большему стилистическому разнообразию. Стилистические различия также объяснялись различными подходами и технологией перевода. Было обнаружено, что более разнообразное и частое использование лексических пучков в переводе не оказывает существенного влияния на стиль и адекватность произведенных переводов.

Ключевые слова: лексические пучки, стиль переводчика, корпусная стилистика, художественный перевод

Tracing the Translator's Style with Lexical Bundles: A Corpus-Assisted Study of Persian Translations of *The Handmaid's Tale*

Ahmadi Leila

Volgograd State University, Volgograd, Russia

Novikova Elina Yurievna

Doctor of Sciences (Philology), Professor, Department of Translation Theory and Practice and Linguistics, Volgograd State University, Volgograd, Russia

Abstract. This study examined the use of lexical bundles in Persian translations of the English novel The Handmaid's Tale, written by Margaret Atwood. The purpose of the study was to investigate lexical bundles and their use in relation to the stylistic features of two Persian translations of the novel by Soheil Somi and Manizheh Zhian. A mixed-methods comparative study was conducted on sentence-aligned parallel corpora. The results indicated that a larger number of lexical bundles were used in Zhian's translation; however, a more effective use of the relatively limited types of lexical bundles, resulting in a greater stylistic variety, was observed in Somi's. Stylistic variations were also attributed to the translators' different approaches to translation. Overall, more diverse and frequent use of lexical bundles in translation was not found to have a significant impact on the style and effectiveness of the produced translations.

Keywords: lexical bundles, translator's style, corpus stylistics, literary translation

Introduction

Formulaic language has increasingly come to be seen as an essential building block of coherent communication. Lexical bundles, also knowns as *n-grams* [22], *recurrent sequences* [12], and *recurrent word combinations* [2], among other labels, are a type of formulaic language defined simply as the recurrent sequences of words in a given register [7]. Recent years have seen an incredible amount of research evaluating the use of lexical bundles across various languages, registers, genres, disciplines, and writer groups [e.g., 1; 8; 9; 16; 18; 19; 20; 24]. Researchers have primarily investigated and identified lexical bundles regarding non-native speakers' written or spoken language production in academic settings. Accordingly, language proficiency is positively correlated with the range of lexical bundles [e.g., 10; 23]. Interlanguage translation, however, differs from second-language production. The translational language is suggested to be a "third code" that is distinct from both the source and the target language [13].

With the introduction of corpus linguistics methods into descriptive translation studies, Baker [5] raised the question of translation universals. Translation universals refer to linguistic features which usually occur in translated texts and are assumed to be independent of the influence of the source language and the respective language systems on the target language. Stylometric analyses of comparable translation corpora have confirmed the existence of a phenomenon known as “translation style” at the macro scale. Accordingly, the following linguistic features have been categorized as universals of translation: avoidance of repetitions present in the source text, normalization, simplification, explicitation, discourse transfer, and distinctive distribution of lexical items. For example, the tendency to avoid repetition has been mainly observed among literary translators. Given the differences in translation goals and the translators' backgrounds and first languages, stylistic variances in translations and among translators are inevitable. Researchers interested in exploring such translation features typically focus on textual features such as syntactic elements, average sentence length, lexical density, and lexical diversity, amongst others. However, investigating variables beyond these salient features may reveal additional factors contributing to the translation style. Among these variables are lexical bundles.

Despite successful corpus-driven studies on translation style in literary texts in recent years, little research has investigated the impact of lexical bundles. Liu and Afzaal [15] examined lexical bundles in parallel corpora to identify stylistic differences between two translated versions of *Hongloumeng*. Their comparative analysis concluded that the translation is enriched with a greater variety of stylistic variations as a result of the greater adoption of lexical bundles. In another study, Shrefler [21] analyzed the use of lexical bundles to evaluate the comparative readability of two German Bible translations. The results of his research indicated that despite the more effective use of lexical bundles in the newer version of translations, their more frequent occurrence in the older version improved the readability of the text. In a comparative study of student and professional translators, Novita and Kwary [17] found that the latter group used a more diverse set of lexical bundles; thus, they proposed a direct relationship between the production of lexical bundles and the translator's language proficiency.

As shown by the studies mentioned above, corpus-driven analysis of lexical bundles could provide insights into the translators' style. Aside from the fact that, as mentioned earlier, limited research has studied the translator's style through quantification of stylistic features, such as formulaic language, to the best of the researcher's knowledge, no studies on Persian as a target language have been conducted to date in this field. The present research aims to fill this gap and offer an entry point into this emerging field by examining the translator's style [6] through a corpus-driven analysis of lexical bundles. This study investigates lexical bundles in two Persian translations of the English novel *The Handmaid's Tale* in terms of quantitative and contextual differences and the influential factors in their representation.

Methodology

The corpus for this study is comprised of the English novel *The Handmaid's Tale* [4] and two Persian translations by Soheil Somi (hereinafter "Somi") and Manizheh Zhian (hereinafter "Zhian"). The corpus has been aligned at the sentence level to facilitate the co-occurrence of the source and target texts. The English corpus contained 99,257 words. In the Persian corpus, Somi's and Zhian's translations comprised 79,314 and 84,936 words, respectively.

Lexical bundles were identified using orthographic word units, and only word strings uninterrupted by punctuation marks were included. The cut-off point for bundles is arbitrary. For recurrent expressions to qualify as lexical bundles in the present study, the frequency threshold was set at 40 occurrences per one million words. Researchers have typically favoured the analysis of four-word bundles, noting that three-word bundles are often subsumed by four-word bundles [11] and that four-word bundles are more common and show clear structures and functions [14]. However, formulaic sequences occur at various lengths. In addition, the structural differences between the two languages should be considered. For example, 'to-infinitive' is quite common in verb-based lexical bundles in English. However, this syntactic structure does not exist in Persian, resulting in bundles with potentially more content words. Therefore, to control these variations, it was decided to explore bundles of three-, four-, and five-word lengths for quantitative analysis.

Additionally, for the reasons mentioned above, four-word lexical bundles were contextually and functionally analyzed. The recurrent expressions were functionally categorized based on the functional classification of four-word lexical bundles proposed by Biber et al. [8]. The framework consists of the following categories: "stance expressions", expressing epistemic or attitudinal/modal stances; "discourse organizers", helping to introduce/focus or clarify/elaborate topics; "referential expressions", identifying focus and imprecision or specify attributes and time; "special conversational functions." The concordance program *AntConc* [3] was used to retrieve lexical bundles. The recurrent expressions that were part of longer bundles and overlapping were eliminated during the concordance examination.

Results and Discussion

The present research aimed to investigate lexical bundles in two Persian translations of the English novel *The Handmaid's Tale* and to explore the relationship between the use of bundles and the translator's style. The first research question was answered by the statistical comparison of lexical bundles in the two translations. The results of the analysis are tabulated and illustrated in Table 1.

A few parallels and variations can be drawn between the two translations concerning the use of lexical bundles. As can be seen, the number of bundles in the texts decreases with an increase in length. The decrease in frequency and type was found to occur at the same average rate in both texts. As the length of bundles increased in Somi, types and tokens averaged 10.36% of their previous length, compared to 9.12% in Zhian. Furthermore, comparing the occurrence of lexical bundles in Somi and Zhian, it was observed that Zhian contained more types and tokens in all lengths of lexical bundles. The most significant variation was observed in three-word bundles. As illustrated, the diversity and higher frequency of lexical bundles in Zhian are independent of the text length. For example, three-word bundles accounted for 5.39% of the total text length in Zhian, as opposed to 3.9% in Somi (3.9%).

Table 1. Functional comparison of four-word lexical bundles

	Referential	Discourse organizer	Conversational	Stance
Somi	23 (37.10%)	10 (16.13%)	24 (38.71%)	6 (9.68%)
Zhian	29 (25.89%)	6 (5.36%)	49 (43.75%)	28 (25%)

Lexical Bundle Patterns in Translations

The analysis of translations revealed conversational expressions accounting for the majority of lexical bundles in both translations, particularly in Zhian, where they accounted for almost half of the bundles (*see* Table 2). These types of bundles were mainly used for reporting actions in the story. This finding could be expected due to the narrative nature of the texts. In Somi, referential bundles were almost as prevalent. It can be seen that 76% of lexical bundles have either of these two functions, indicating a limited variety of recurring expressions in Somi compared to Zhian. Nevertheless, further analysis revealed that conversational bundles accounted for low-frequency bundles in both translations; that is, despite representing a greater variety of types, they included fewer tokens. The top ten most frequent four-word lexical bundles, along with their literal translations, are presented in Tables 2 and 3. As demonstrated, most high-frequency lexical bundles in both texts have a referential function.

Table 2. Statistical comparison of lexical bundles

LB Length (No. of words)	Somi				Zhian			
	Types	(%*f*)	Tokens	(%*f*)	Types	(%*f*)	Tokens	(%*f*)
Three	656	(5.46%)	3096	(3.9%)	1009	(7.74%)	4580	(5.39%)
Four	63	(0.52%)	254	(0.32%)	112	(0.86%)	419	(0.49%)
Five	7	(0.06%)	23	(0.03%)	8	(0.06%)	28	(0.03%)

Even though a detailed structural analysis is beyond the scope of this paper due to the syntactic complexity of Persian, a categorial analysis was conducted to gain insight into the structural patterns of lexical bundles in translations. The results indicated that the majority of lexical bundles in Somi are phrasal, including noun phrases (33.33%), verb phrases (15.87%), adverbial phrases (9.52%), and compound conjunctions (9.52%), and the remaining bundles had clausal structures including dependent clauses (12.70%) and independent clauses (19.5%). Zhian, on the other hand, demonstrated a higher tendency to employ clauses bundles than its counterpart. In Zhian, almost half of the lexical bundles were clause-based, including dependent clauses (21.43%) and independent clauses (25.89%). Phrase-based lexical bundles were slightly more frequent, comprising noun phrases (25%), verb phrases (18.75%), prepositional phrases (6.25%), compound conjunctions (3.17%), and adverbial phrases (0.89%). Overall, both translations showed a tendency to use lexical bundles composed of independent clauses and noun groups.

Lexical Bundles in Translation Context

The three most salient lexical bundles were selected from each text to investigate the contextual use of lexical bundles, and the divergence of translations was scrutinized. In the selection of these bundles, a few factors were taken into account. Shared bundles were analyzed once based on the text in which they were functionally more salient. Moreover, lexical bundles that were congruently used in both translations were excluded from the contextual analysis. The same procedure was followed for the bundle referring to quantity (*see* Table 5). These bundles were excluded since they do not serve the purpose of this study regarding the translator's style.

Zhian: با خود فکر می‌کنم [I think to myself]

Table 3. Top 10 most frequent four-word lexical bundles in Zhian

N	Four-word Lexical Bundles		Freq.	Function	Category
	Persian LB	[Literal Translation]*			
1	با خود فکر کردم	[I think to myself]	31	Stance	Epistemic
2	قبل از این/آن که	[before this/that]	24	Referential	Multifunctional reference
3	این چیزی است که	[this is what]	18	Referential	Identification/focus
4	این کار را میکند/میکنند	[they do it]	18	Stance	Intention
5	به من نگاه میکند	[looks at me]	15	Conversational	Reporting
6	کاری برای انجام دادن	[some work to do]	15	Referential	Imprecision
7	به راه ادامه دادن	[to keep going]	13	Stance	Intention/prediction
8	را به تن دارد	[is wearing …]	11	Conversational	Reporting
9	اما به هر حال	[but anyway]	9	Discourse organizer	Topic introduction/focus
10	بعد از این/آن که	[after this/that]	7	Referential	Multifunctional reference

* The immediate out-of-context rendition of the expressions

Due to the inflectional structure of Persian verbs varying in person and number for each tense, all inflectional suffixes were considered in cases of verb-based and clausal bundles. In this particular lexical bundle, for example, all inflectional suffixes of the verb 'فکر کردن' [to think] are included. Nevertheless, the most frequent type of four-word lexical bundle in Zhian, a clausal stance bundle, did not appear in Somi. Further analysis of the text revealed that Zhian relied on this bundle to convey not only a particular source phrase but also semantically different concepts (*see* Example 3). In contrast, Somi used a variety of synonymous expressions to express the epistemic stance, the structure of which varied from single- to multi-word expressions (*see* Examples 1, 2). Moreover, a clear distinction was observed between renditions in Somi and Zhian, indicating that the former is more colloquial and representative of everyday speech, while the latter seems to have a more written than spoken style. The following examples in context illustrate this point:

(1) ST: Dear God, I think, I will do anything you like.
Zhian: با خود فکر میکنم، خدای من، هرکاری که خواست تو باشد انجام خواهم داد.
[*I think to myself*, my God, I will do whatever you want.]
Somi: با خودم می‌گویم ، خدای عزیز ، هر چی تو بخوای.
[*I say to myself*, dear God, whatever you want.]

(2) ST: I'll go back and tell Rita about them, I think.
Zhian: با خود فکر می‌کنم وقتی برگشتم با ریتا در این‌باره حرف بزنم.
[*I think to myself*, I will talk to Rita about this when I go back.]
Somi: گمانم برگردم و قضیه را به ریتا بگویم.
[*I guess* I'll go back and tell Rita about it.]

(3) ST: Sometimes **I feel** that if I didn't say it, she would stay here forever.
Zhian: گاهی با خود فکر می‌کنم اگر من چیزی نگویم او تا ابد همانجا می ایستد.
[Sometimes *I think to myself*, if I don't say anything, she will stand there forever.]
Somi: گاهی حس میکنم اگر این را نگویم، او برای همیشه همینجا می‌ماند.
[Sometimes *I feel* that if I don't say this, she will stay here forever.]

Zhian: این چیزی است که **[this is what]**

The lexical bundle 'این چیزی است که', in its different forms, has appeared twice as frequently in Zhian as compared to Somi. The primary function of this bundle is referential. The

Table 4. Top 10 most frequent four-word lexical bundles in Somi

N	Four-word Lexical Bundles		Freq.	Function	Category
	Persian LB	[Literal Translation]*			
1	قبل از این/آن که	[before this/that]	23	Referential	Multifunctional reference
2	این چیزی است که	[this is what]	16	Referential	Identification/focus
3	در کار نیست/نخواهد بود	[there is/will be no]	15	Stance	Ability
4	اما به هر حال	[but anyway]	12	Discourse organizer	Topic introduction/focus
5	بعد از این/آن که	[after this/that]	11	Referential	Multifunctional reference
6	را به تن دارد	[is wearing …]	11	Conversational	Reporting
7	مثل این است که	[it's like]	8	Referential	Imprecision
8	یک به علاوه یک	[one plus one]	6	Referential	Quantity specification
9	اما با این حال	[but nevertheless]	5	Discourse organizer	Elaboration/clarification
10	به شرط آن که	[on the condition that]	5	Referential	Intangible framing attributes

* The immediate out-of-context rendition of the expressions

fewer occurrence of this bundle in Somi could be related to the adopted translation approach. Zhian demonstrated a higher tendency to remain semantically faithful to the source text by attempting to reproduce the precise contextual meaning. Somi, on the other hand, showed more flexibility, inclining toward more communicative renditions. This point is well illustrated in Example (4), where 'there is the thing' is translated as "رو به چیزی داریم" [we are facing what] in Somi. Example (5) demonstrates the translator's effort to convey the nuance of the source text by adding "همان" [very] in Somi. Example (6) shows a unit shift in Somi with a phrasal expression being preferred over a clause and a change in sentence structure.

(4) ST: Now we turn our backs on the church and there is the thing we've in truth come to see: the Wall.
Zhian: اکنون پشتمان را به کلیسا می‌کنیم ، و این چیزی است که در مقابل ما قرار دارد: دیوار.
[Now we turn our backs on the church, and *this is what* is in front of us: the wall.]
Somi: به کلیسا پشت کرده‌ایم و رو به چیزی داریم که در حقیقت برای دیدن آن به اینجا آمده‌ایم: دیوار.
[We have turned our backs on the church and *are facing what* we actually came here to see: the wall.]

(5) ST: Is this what I would die for?
Zhian: این چیزی است که من باید به خاطرش بمیرم ؟
[*Is this the thing* I have to die for?]
Somi: این همان چیزی است که برایش می‌میرم؟
[*Is this the very thing* I'm dying for?]

(6) ST: This is something you can depend upon: there will always be alliances, of one kind or another.
Zhian: این چیزی است که شما می‌توانید به آن وابسته شوید: همیشه نوعی همبستگی در اینجا وجود خواهد داشت.
[*This is something* you can become dependent on: there will always be some kind of alliance here.]
Somi: چیزی که می‌توان به آن تکیه کرد. پیوند و ارتباط همیشه وجود خواهد داشت، از هر نوع که باشد...
[…, *something that* can be relied on. There will always be connection and relation, of whatever kind.]

Zhian: این کار را می‌کند/می‌کنند **[they do it]**

The lexical bundle 'این کار را می‌کند/می‌کنند' is an independent clause denoting an action or intention in a statement. The contextual analysis of this bundle revealed interesting stylistic and strategic differences between the two translations. The most expected source expression for this

bundle is shown in Example (9). However, the rendition in this example is erroneous in Zhian, which is beyond the scope of this study. It can be seen that in Somi, instead of using a prefabricated expression, a creative addition and modification, i.e., 'از این جور کارها' [these sorts of things], is employed to make the text sound more natural in the target language. This strategy has also been used in Zhian (*see* Example 8). On the other hand, Example (7) shows the translator's recourse to lexical bundles to render idiomatic texts in Zhian, albeit arguably erroneously in this case. This may suggest the undesirable effect of overreliance on lexical bundles in translation, a hypothesis which would benefit from further investigation.

(7) ST: Unless this woman is lying. There's always that.
Zhian: مگر ای‌ن که ، ای‌ن زن دروغ گفته باشد. همی‌شه ای‌ن کار را می‌ک ن‌ند.
[Unless, this woman lied. *They* always *do this*.]
Somi: مگر این که این زن دروغ گفته باشد. این احتمال همیشه وجود دارد.
[Unless this woman lied. *This possibility is* always *there*.]

(8) ST: I'll fake sick. They send an ambulance, I've seen it.
Zhian: خودم را به بی‌م اری می‌زن م ، آنها آمبولانس خبر می‌ک ن‌ند. دی‌د ه‌ا م ای‌ن کار را می‌ک ن‌ند.
[I fake sick, they call an ambulance. I have seen *them do this*.]
Somi: خودم رو می‌زنم به مریضی. اونا یه آمبولانس میفرستن. خودم دیدم.
[I fake sick. They send an ambulance. I saw it myself.]

(9) ST: "… Women do it frequently. All the time."
Zhian: زن‌ها بارها ای‌ن کار را می‌ک ن‌ند.
[Women *do this* many times.]
Somi: زنا معمولا از این جور کارا می‌کنن، همیشه می‌کنن.
[Women usually *do these sorts of things*, they always do.]

Somi: مثل این است که **[it's like]**

The lexical bundle 'مثل این است که' occurs eight times in Somi and four times in Zhian. As a referential bundle constructed from a dependent clause followed by a conjunction, it always appears before an independent clause. In Example (10), the source expression is semantically retained by this bundle in Somi. In contrast, a single-word literary equivalent is used in Zhian, adhering to the more formal style of the text. In Example (11), both texts have used the same words to express the meaning, but in different structures. While Somi relied on the prefabricated expression, Zhian decomposed the bundle into a sentence. The divergency of renditions can also be observed in Example (12), where the source message has been expressed in first-person rather than third. As is evident, the two translations express analogies in different styles.

(10) ST: It's as if he's offered me drugs. "All right," I say, as if indifferent.
Zhian: گویی به من پیشنهاد مصرف مواد مخدر را می‌دهد با حالت بی‌تفاوت میگویم: «باشه».
[*As though* he is suggesting me to take drugs, I say "OK" indifferently.]
Somi: مثل این است که به من مواد مخدر تعارف کرده باشد. بی‌اعتنا و خونسرد میگویم: «باشه».
[*It's like* he offered me drugs. I indifferently and coolly say: "Okay."]

(11) ST: … it's like running my hand over a plateful of dried rice; it's like snow.
Zhian: این مثل لمس کردن توده‌های یخ خشک است، مثل برف است.
[*It's like* touching lumps of dry ice, it's like snow.]
Somi: مثل این است که روی بشقابی پر از برنج خشک دست بکشم، مثل برف، ...
[*It's like* touching a plate full of dry rice, like snow...]

(12) ST: It was like being in an elevator cut loose at the top. Falling, falling, and not knowing when you will hit.
Zhian: مثل کسی بودم که در یک آسانسور درحال سقوط که همچنان پایین میرود و نمی‌دانید کی به زمین برخورد می‌کند

قرار داشتم.

[*I was like someone* in a falling elevator that keeps going down and you don't know when it will hit the ground.]

Somi: مثل این است که در آسانسوری رها شده باشید. در حال سقوط، در حال سقوط، در حالی که نمیدانید چه موقع به زمین خواهید خورد.

[*It's like* you are abandoned in an elevator. Falling, falling, while you don't know when you'll hit the ground.]

Somi: در کار نیست/نخواهد بود **[there is/will be no]**

The term 'در کار نخواهد بود' conveys a collocative meaning different from its literal sense [will not be at work]. Appropriate use of expressions that are not a direct semantic rendition of the source message can demonstrate the translator's intuitive consciousness. In line with previous findings, the comparisons revealed that Zhian took a more faithful approach. The literal translation is evident in Examples (13) and (14). However, Example (15) shows the translator's attempt to take a more communicative approach, although it has led to redundancy due to using synonymous verb groups of 'وجود ندارد' [does not exist] and 'در کار نیست' [there is no].

(13) ST: … she's only half awake because of the pill I gave her, so she wouldn't cry or say anything that would give us away, she doesn't know where she is.

Zhian: به خاطر قرصی که به او دادهام، نیمه هشیار است، بنابراین جیغ یا حرفی که ما را لو بدهد در کار نخواهد بود، نمیداند کجاست.

[Because of the pill I've given to her, she's semi-conscious, so *there will be no* scream or talk that would give us away, she doesn't know where she is.]

Somi: بهدلیل قرصی که به او دادهام نیمه هوشیار است، بنابراین نمیتواند گریه کند یا چیزی بگوید که مانع حرکت ما شود.

[Because of the pill I've given to her, she's semi-conscious, so she can't cry or say anything to stop us from moving.]

(14) ST: Of course, some women believed there would be no future, they thought the world would explode.

Zhian: البته، بعضی از زنها عقیده داشتند که آینده ای وجود ندارد. تصور میکردند دنیا از هم میپاشد.

[Of course, some women believed that *there is no* future. They thought the world would fall apart.]

Somi: البته بعضی از زنها معتقد بودند که آینده ای در کار نخواهد بود. آنها فکر میکردند جهان منفجر خواهد شد.

[Of course, some women believed that *there will be no* future. They thought the world will explode.]

(15) ST: I believe in the resistance as I believe there can be no light without shadow; or rather, no shadow unless there is also light.

Zhian: من مقاومت را باور دارم، همانگونه که باور کردم روشنایی بدون سایه وجود ندارد و یا سایهای در کار نیست مگر اینکه نوری وجود داشته باشد.

[I believe in resistance, just as I believed light without shadow *doesn't exist*, or there is no shadow unless there is light.]

Somi: همانقدر که مطمئنم بدون سایه نوری در کار نخواهد بود یا بدون نور سایهای، به ضرورت مقاومت نیز اعتقاد دارم.

[As much as I am sure that without shadow, *there will be no* light, or without light shadow, I also believe in the necessity of resistance.]

As discussed earlier, lexical bundles are the essential building blocks of both written and spoken discourse. This study conducted a quantitative and qualitative analysis of lexical bundles in literary translation. Accordingly, specific patterns could be observed in the two parallel translations. Somi and Zhian demonstrated distinct writing styles, with the former being more colloquial and the latter more formal. Zhian stayed more faithful to the source text by taking a relatively literal approach to translation, whereas Somi adopted a more communicative approach. Lexical bundles were found to be more diverse in Zhian. Nonetheless, despite the relatively limited variety of bundles in Somi, the contextual analysis suggests they were used more

effectively. Furthermore, the structural analysis of lexical bundles revealed a greater degree of phrasal bundles in Somi, which may have affected the smoothness of the text. In general, more diverse and frequent use of lexical bundles in translation was not found to impact the effective communication and presentation of the original in the target texts. On the contrary, it is theoretically possible that the overuse of lexical bundles in literary translation decreases stylistic and semantic variation. This effect could be accounted for by increased repetition, which is usually avoided in literary texts [6].

The findings do not lend support to previous research reporting a direct relationship between the use of lexical bundles and the quality or readability of literary translation. Novita and Kwary [17], based on their research on Indonesian-English literary translations carried out by student and professional translators, concluded that the production of lexical bundles represents the translators' proficiency level in the target language. However, the present findings showed several erroneous instances of language use in Zhian despite the higher diversity of lexical bundles. In another study, Liu and Afzaal [15] investigated lexical bundles in two English translations of a Chinese novel. Their findings indicated a greater variety in style due to the diversity of lexical bundles. In contrast, this study indicated more stylistic variation in Somi despite its limited range of lexical bundles. This disagreement in results may be accounted for by the difference in the target language, suggesting the dependence of this linguistic feature on the influence of the language pairs involved in the translation process.

Conclusion

The present corpus-driven study aimed to investigate the use of lexical bundles in two Persian translations of *The Handmaid's Tale* as a manifestation of the translator's style. A corpus-driven comparison of lexical bundles used in different translations of the same source text can provide an insightful basis for identifying the stylistic peculiarities of the translators. The findings showed that Zhian outperforms Somi in terms of the frequency and variety of bundles. Nevertheless, Somi demonstrated a greater stylistic variety despite the relatively limited use of lexical bundles. The results indicated that there is a difference in the significance of lexical bundles in second-language production and translation production in which the rendered text must conform to the linguistic setting and features of the target language. While previous research has associated the use of lexical bundles with higher language proficiency, based on the present findings, it can be argued that the same correlation does not apply to stylistic variation and effective communication in translation. Nonetheless, the scope of the features identified in this study is limited to the text in question. To establish that the observed attributes properly reflect the translators' style, a more in-depth analysis of other translation works of the same translators would be necessary. Furthermore, even though there is a disparity between the findings of this study and those of previous research, it should be noted that this is an emerging field of study with limited research to draw upon. Hence, in light of the universality of translation, other language pairs could also be examined to determine the consistency of results indicative of the universality of this feature.

References

1. Alamri B. A comparative study of Saudi and international journals of Applied Linguistics: The move–bundle connection approach. Journal of Language and Education. 2020, no. 6 (2), pp. 9-30. DOI: 10.17323/jle.2020.10531.

2. Altenberg B. On the phraseology of spoken English: The evidence of recurrent word-combinations. Cowie A.P. ed., Phraseology: Theory, analysis and applications. Oxford, 1998, no., pp. 101-122.

3. Anthony L., 2022. AntConc (Version 4.0.11) : [Computer Software]. Tokyo : Waseda University. URL: https://www.laurenceanthony.net/software (date of access: 15.11.2021)

4. Atwood M. The Handmaid's Tale: By Margaret Atwood. Random House, 1986, 325 p.
5. Baker M. Corpus linguistics and Translation Studies: Implications and applications. Baker M., Francis G., Tognini-Bonelli E., Sinclair J.M.H. eds., Text and Technology: In Honour of John Sinclair. Amsterdam/Philadelphia, 1993, no. DOI: 10.1075/z.64.15bak.
6. Baker M. Towards a Methodology for Investigating the Style of a Literary Translator. Target. International Journal of Translation Studies. 2000, no. 12 (2), pp. 241-266. 7. Biber D., Barbieri F. Lexical bundles in university spoken and written registers. English for Specific Purposes. 2007, no. 26 (3), pp. 263-286. DOI: 10.1016/j.esp.2006.08.003.
8. Biber D., Conrad S., Cortes V. If you look at …: Lexical Bundles in University Teaching and Textbooks. Applied linguistics. 2004, no. 25 (3), pp. 371-405. 9. Candarli D., Jones S. Paradigmatic influences on lexical bundles in research articles in the discipline of education. Corpora. 2019, no. 14 (2), pp. 237-263. DOI: 10.3366/cor.2019.0170.
10. Chen Y.-H., Baker P. Investigating Criterial Discourse Features across Second Language Development: Lexical Bundles in Rated Learner Essays, CEFR B1, B2 and C1. Applied linguistics. 2014, no. 37 (6), pp. 849-880. DOI: 10.1093/applin/amu065.
11. Cortes V. Lexical bundles in published and student disciplinary writing: Examples from history and biology. English for Specific Purposes. 2004, no. 23 (4), pp. 397-423. DOI: 10.1016/j.esp.2003.12.001.
12. De Cock S., 2003. Recurrent sequences of words in native speaker and advanced learner spoken and written English: A corpus-driven approach.
13. Frawley W. Prolegomenon to a theory of translation. Aijmer K., Altenberg B., Johansson M. eds., Language in Contrast: Papers from a Symposium on Text-based Cross-linguistic Studies, Lund, March 1994. Lund, 1984, no., pp. 53-62.
14. Hyland K. Academic clusters: text patterning in published and postgraduate writing. International Journal of Applied Linguistics. 2008, no. 18 (1), pp. 41-62. DOI: 10.1111/j.1473-4192.2008.00178.x.
15. Liu K., Afzaal M. Translator's Style Through Lexical Bundles: A Corpus-Driven Analysis of Two English Translations of Hongloumeng [Original Research]. Frontiers in Psychology. 2021, no. 12, in English. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.633422.
16. Nesi H., Basturkmen H. Lexical bundles and discourse signalling in academic lectures. International journal of corpus linguistics. 2006, no. 11 (3), pp. 283-304. DOI: 10.1075/ijcl.11.3.04nes.
17. Novita H., Kwary D. A. Comparing the use of lexical bundles in Indonesian-English translation by student translators and professional translators. Translation & Interpreting. 2018, no. 10 (1), pp. 53-74 in English. DOI: 10.12807/ti.110201.2018.a04.
18. Paquot M. Lexical bundles and L1 transfer effects. International journal of corpus linguistics. 2013, no. 18 (3), pp. 391-417. DOI: 10.1075/ijcl.18.3.06paq.
19. Qin J. Use of formulaic bundles by non-native English graduate writers and published authors in applied linguistics. System. 2014, no. 42, pp. 220-231. DOI: 10.1016/j.system.2013.12.003.
20. Salazar D. Theory and applications of phraseology and lexical bundles. Lexical Bundles in Native and Non-native Scientific Writing: Applying a corpus-based study to language teaching. Amsterdam / Philadelphia, 2014, no. 65, pp. 9-40. DOI: 10.1075/scl.65.
21. Shrefler N. Lexical bundles and German bibles. Literary and Linguistic Computing. 2010, no. 26 (1), pp. 89-106. DOI: 10.1093/llc/fqq014.
22. Stubbs M. Quantitative data on multi-word sequences in English: The case of the word world. Text, discourse and corpora: Theory and analysis. London, 2007, no., pp. 163-189.
23. Vo S. Use of lexical features in non-native academic writing. Journal of second language writing. 2019, no. 44, pp. 1-12. DOI: 10.1016/j.jslw.2018.11.002.
24. Wang Y. Lexical bundles in spoken academic ELF: Genre and disciplinary variation. International journal of corpus linguistics. 2017, no. 22 (2), pp. 187-211. DOI: 10.1075/ijcl.22.2.02wan.

УДК 82–312.4

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОГО ДИСКУРСА

Галстян К. А.
Студентка, Кубанский государственный университет, г. Краснодар, galstyankarine2000@mail.ru

Научный руководитель: Горохова Александра Владимировна, старший преподаватель кафедры теории и практики перевода факультета романо-германской филологии КубГУ

Аннотация: В статье рассматриваются особенности перевода мультипликационного дискурса. Проанализирован перевод мультфильмов «Энканто» и «Лука» с английского на русский. В статье представлены фрагменты из этих анимационных фильмов, а также их перевод на русский язык. Выявлены приемы перевода, использованные переводчиками для достижения эквивалентности. В статье обосновывается применение контекстуального перевода и трансформации (модуляции и экспликации) в конкретных случаях.

Ключевые слова: мультипликационный дискурс, трансформации, модуляция, экспликация, контекстуальный перевод.

THE PECULARITIES OF TRANSLATION OF CARTOON DISCOURSE

Galstyan Karine Armenovna, student, Kuban State University, Krasnodar, galstyankarine2000@mail.ru

Scientific supervisor: Alexandra Gorokhova, senior lecturer at the Department of the Theory and Practice of Translation, Faculty of Romano-Germanic Philology, KubSU

Abstract: This article considers the peculiarities of translation of cartoon discourse. The translation of cartoons “Encanto” and “Luca” from English into Russian is analyzed. The article represents the fragments from these animated films and also their translation into Russian. The methods of translation, used by the translators to achieve equivalence, are identified. The article substantiates the use of contextual translation and transformations (modulation and explication) in specific cases.

Keywords: cartoon discourse, transformations, modulation, explication, contextual translation

Аудиовизуальный перевод – это «перевод художественных документальных и игровых, анимационных фильмов, которые идут в прокате и транслируются в телерадиовещательных сетях или в Интернете, а также сериалов, телевизионных новостных выпусков (в том числе с сурдопереводом и с бегущей строкой), театральных постановок, радиоспектаклей (в записи и в прямом эфире), актерской декламации, рекламных роликов, компьютерных игр» и др. [1, 2006: 3] Согласно А. В. Козуляеву, присутствие внешних ограничений во время перевода обосновывает выделение аудиовизуального перевода в отдельную дисциплину. Переводчику приходится учитывать не только лингвистические вербальные аспекты, но также иконические невербальные средства – то, что демонстрируется на экране (шум, музыка, обстановка и др.) [3, 2015: 6]

К аудиовизуальному переводу также относится перевод мультипликации, искусство которого широко распространяется в наши дни. Мультипликация – это особое коммуникативно-социальное явление, способное не только передать важную информацию

о ценностных ориентациях, но и особую лингвокультурную картину мира. В качестве носителей современной культуры, мультфильмы отражают ценности, мировоззрение того сообщества и того времени, в котором они создаются [5, 2009: 143].

Мультипликация является особым видом дискурса. Дискурс – «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизма их сознания, речь "погруженная в жизнь"» [там же, стр.1]. Дискурсивный подход к изучению особенностей языка анимационного произведения выявляет его лингво-культурологическую специфику и присутствие определенных культурных реалий [2, 2013: 6].

Мультипликационный дискурс отличается от других тем, что ему присущи следующие черты:

– жанровость (определенная типология строения сюжета);

– сюжетность, предполагающая образность, эстетичность, эмоциональное воздействие на реципиента, кроме того, наличие основных составляющих сюжета произведения (действующих лиц, их взаимоотношений, конфликтов и т.д.);

– эмоциональная аутентичность, которая включает способность автора к творческому выражению эмоционального фона произведения и созданию иллюзии реалистичности сюжета;

– целевой аудиторией являются в основном дети, следовательно, перевод должен быть адаптирован и доступен для них [6, 2021: 127].

Эти черты побуждают переводчиков прибегать к различным переводческим приемам для достижения адекватного перевода. Каждый год в кинотеатрах и на онлайн площадках транслируется большое количество отечественных и зарубежных мультфильмов различного жанра. Популяризация перевода мультипликационных фильмов и недостаточная изученность вопросов, касающихся способов их перевода, обусловливает **актуальность** данного исследования.

Целью нашего исследования является анализ перевода мультфильмов и выявление некоторых особенностей применения различных стратегий при аудиовизуальном переводе. В соответствии с целью были поставлены следующие **задачи**: 1) составление выборки фрагментов мультипликационных произведений, представляющих трудности при переводе; 2) сопоставление оригинала и перевода; 3) выявление переводческих приемов, использованных при передаче данных фрагментов.

Материал исследования представлен фрагментами из анимационных фильмов «Энканто» и «Лука» и так же их перевод на русский язык. В результате сравнения были выявлены 4 случая применения контекстуального перевода и 6 случаев использования таких переводческих трансформаций, как экспликация и модуляция, для достижения адекватности в переводе.

1. Контекстуальный перевод: В зависимости от окружения слов, употребленных в определенном узком, широком или экстралингвистическом контексте, возникают контекстуальные значения для более четкой передачи цели сообщения.

- **Jerk! – Хорек!**

Одна из героинь мультфильма «Лука» назвала своего противника словом Jerk, которое использовалось в вариативном значении «*(informal)* an offensive word for somebody who you think is stupid or often says or does the wrong thing». Переводчиками было принято решение использовать наиболее нейтральное слово, чтобы избежать чересчур жаргонной лексики.

- **Trash** like you can't ride vespa. – Таким **лохам** не видать веспы.

Одно из вариативных соответствий слова Trash в словаре В. К. Мюллера определено как «дрянь; нестоящие люди», и было использовано одним из отрицательных героев мультфильма в отношении мальчишек, которые хотели выиграть в конкурсе.

Переводчиками было принято решение использовать более нейтральное слово в сравнении с «дрянью», т.к. «лох» является наиболее актуальным словом в русской жаргонной речи, чем «дрянь». Таким образом, был выбран контекстуальный перевод.

- You can't say **the weight of the world is on your shoulders.** The end. If our fate's up to me, me says have another vision. – Не тебе **же в самом деле отвечать за судьбу нашего дома.** А мне. Раз от меня все зависит, я требую нового видения.

Эти слова принадлежат главной героине, которой предстояло спасти судьбу ее семьи и дома. «**the weight of the world is on your shoulders»** имеет эквивалент на русском языке («нести тяжесть мира на своих плечах»). Однако такой перевод был бы не совсем понятным в данном контексте.

- **Jeez! – Напугала**!

Данный пример взят из мультфильма «Энканто». Когда внучка неожиданно зашла в комнату, бабушка напугано крикнула «**Jeez»** – междометие, означающее «боже!; ого!». Для внесения ясности выбор переводчиков остановился на слове «напугала».

2. Трансформации: Согласно В.Н Комиссарову, трансформации – «это преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода». При отсутствии словарного соответствия или невозможности его использования по условиям контекста переводчик может использовать различные трансформации для адекватной передачи информации. В.Н. Комиссаров выделяет следующие трансформации: **лексические трансформации** (транслитерация и переводческое транскрибирование, калькирование, лексико-семантические замены (генерализация, конкретизация, модуляция)); **грамматические трансформации** (синтаксическое уподобление, объединение предложения, членение предложений, грамматические замены; **лексико-грамматические трансформации** (антонимический перевод, компенсация, экспликация или описательный перевод) [4, 1990: 4].

1) Модуляция

- **I'm having fun** with my new friends**.** – У меня тут новые друзья.

Когда девочка спасла Луку и Альберто от отрицательного персонажа мультфильма, тот ей саркастически ответил «Go away, I am having fun with my new friends». Следовательно, переводчики, применив метод модуляции – замену следствия причиной, смогли передать иронию.

- Every summer that jerk **makes my life miserable**. – Каждое лето этот хорек **втаптывает меня в грязь.**

В данном случае применение модуляции связано с мимикой персонажа. Девочка яростно выражалась о своем соперники, используя соответсвенную мимику и жест. Следовательно, такой дословный перевод, как «Каждое лето этот придурок делает мою жизнь невыносимой» не подошел бы эмоционально.

- The little guy can't even get a word out. – У малыша язык к небу присох.

В данной сцене соперники спорили друг с другом, и девочка не могла дать достойный ответ. Ее противник иронически сказал: «The little guy can't even get a word out». Поэтому дословный перевод «Маленький ребенок не может ни слова вымолвить» не подходит эмоционально.

2) Экспликация – перевод, при котором лексическая единица языка оригинала заменяется словосочетанием, описывающим ее значение. Данная трансформация называется так же описание, что означает, что она дает более полное определение этого значения данного слова на языке перевода**.**

- The miracle grew and **our house, our Casita, came alive** to shelter us. – Сила волшебства росла и она вдохнула жизнь в Каситу, нашу **милую** виллу, приютившую нас.

В данном примере переводчиками было принято решение добавить описание «каситы», которая является инокультурной реалией для русскоязычной аудитории, чтобы внести ясность, что представляет из себя «касита» в данному мультфильме.

- Sometimes family weirdos just get a bad **rap**. – Люди обычно не понимают чудаков, вот и винят их во всем.

Согласно Оксфордскому словарю, слово «rap» означает «an unfair judgement on something or somebody». Следовательно, переводчики применили метод описания для передачи значения данного выражения.

- **It's gonna be some race**. – Это будет яркая гонка.

В Оксфордском словаре представлено следующее вариативное значение слова «some» – *(informal, sometimes ironic*) used to express a positive or negative opinion about somebody/something. С помощью экспликации переводчикам удалось передать иронию.

- Now I am thundering, and that thunder will lead to a drizzle, and a **drizzle** will lead to a **sprinkle**. – Ну вот, я гром вызвала, а за ним будет **дождь**, потом **ливанет как из ведра**.

Один из членов семьи Мадригаль имеет сверхспособность, которая заключается в том, что в зависимости от ее настроения, меняется погода. Несмотря на то, что огласно Оксфордскому словарю оба выделенных слова являются синонимами («sprinkle» – if **it sprinkles**, it rains lightly; drizzle – when **it is drizzling**, it is raining lightly), переводчиками было принято решение описать резкое изменение погоды с помощью обратного явления («потом ливанет как из ведра»).

Мультипликационные фильмы нацелены на развлечение аудитории. Именно поэтому игра слов является неотъемлемой частью анимации. Обычно комический эффект каламбура заключается в разнице значений одинаково звучащих слов. Сам термин каламбур означает сочетание слов, которое содержит игру слов, основанную на употреблении сходно звучащих, но различных по значению слов или разных значений одного слова. Наиболее лучшим методом для передачи каламбуров в мультфильмах является подбор игры слов в языке перевода, даже если она не состоит из подобных эквивалентов в оригинале, а других слов близких к контексту. Например, в мультфильме «Лука» игра слов была переведена с помощью подбора других лексических единиц, которые передавали сопоставление слов, и переводчикам удалось добиться комического эффекта [6, 2021: 7]:

– We, underdogs, have to look out for each other, right?

– What's under the dogs?

– Underdogs. You know, kids who are different, dressed weird, or a little sweatier than average.

– Раз уж мы горе луковое, мы должны держаться вместе.

– Море луковое?

– Горе луковое. Ну такие, особенные, странно одетые, ну и потеющие больше, чем остальные.

Такое сравнение перевода мультфильмов позволило провести параллели между оригиналом и переводом, выяснить, чем обуславливается выбор того или иного переводческого приема.

Таким образом, на основе проведенного нами исследования, были сделаны следующие выводы. Мультипликационный дискурс богат как вербальными лингвистическими средствами, так и невербальными экстралингвистическими. Для того, чтобы эквивалентно и адекватно передать все особенности мультипликационного дискурса, отражая все культурные и эмоциональные аспекты, переводчики вынуждены использовать различные переводческие приемы, например, контекстуальный перевод, а также различные трансформации, в частности, модуляцию и экспликацию.

Данная тема требует более широкого дальнейшего исследования. Мультипликационный дискурс богат идиомами, реалиями и культурно-идеологическими особенностями. Именно анализ их перевода с одного языка на другой является важным объектом дальнейшего изучения.

Список использованных источников

1. Горшкова В.Е. Перевод в кино. Иркутск, 2006. – 278 с.
2. Дидик У.В. Мультфильмы в детском дискурсе. М., 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://articlekz.com/article/12254 (дата обращения: 20.10.2022)
3. Козуляев, А.В. Обучение динамически эквивалентному переводу аудиовизуальных произведений: опыт разработки и освоения инновационных методик в рамках школы аудиовизуального перевода. Пермь, 2015. С. 3–24
4. Комиссаров, В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В.Н. Комиссаров. М., 1990. – 253 с.
5. Лалетина А.Ф. Культурообразующее значение мультипликации // Лингвокультурология. 2009. С. 142–147
6. Санамян Г.Н. Вербализация языковой игры и способы ее перевода с английского языка на русский в мультипликационном дискурсе. Краснодар, 2021. С. 125–129

УДК 81.25’881

АКТУАЛЬНОСТЬ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА (НА ПРИМЕРЕ ВИДЕО КАНАЛА «PSYCH2GO»)

Кадиева С. С.
Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, kadieva.sabina@mail.ru

Научный руководитель: Бузаева Яна Авалиевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода ОГУ, г. Оренбург

Аннотация. Статья посвящена актуальности аудиовизуального перевода. Рассмотрены самые распространенные виды аудиовизуального перевода и особенности. В настоящее время растет интерес зрителей к научно-популярным каналам и блогам, в частности тем, которые посвящены психологии. В период роста числа случаев депрессии и тревожности актуальной является проблема доступности психологической помощи. При отсутствии возможности посещать специалиста люди обращаются к профессиональным блогам, в том числе на английском языке, которые требуют перевода.

Ключевые слова: аудиовизуальный перевод, субтитрирование, закадровое озвучивание, дубляж.

THE RELEVANCE OF AUDIOVISUAL TRANSLATION (ON THE EXAMPLE OF THE VIDEO CHANNEL "PSYCH2GO")

Kadieva Sabina Sultanovna, student, Orenburg State University, Orenburg, kadieva.sabina@mail.ru

Academic Supervisor: Buzaeva Yana Avalievna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Translation and Translation Studies, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. The article is devoted to the peculiarities of audiovisual translation. The most common types of audiovisual translation and their peculiarities are considered. Popular scientific blogs and channels are becoming more and more widespread, including those which are devoted to psychology. While the number of cases of depression and anxiety is growing the problem of availability of psychological help is very urgent. When one has no opportunity to visit a psychologist they turn to professional blogs, many of which are in English and need to be translated so that to become available for non-English speakers.

Key words: audiovisual translation, subtitling, voice-over, dubbing.

Современный мир быстро меняется, цифровые технологии все больше и больше заполняют собой нашу повседневную жизнь: мы проводим много времени в виртуальном пространстве, прослушиваем аудиокниги, решаем те или иные задачи посредством электронных документов и приложений и, в особенности, просматриваем визуальный контент с опорой на аудиовизуальный перевод на родной язык.

Что же такое аудиовизуальный перевод? Например, по словам Д. К. Кьяро, аудиовизуальный перевод – это «обоюдосторонняя передача вербальных компонентов, содержащихся в аудиовизуальных произведениях, с одного языка на другой – акустически и визуально. Обычно… осуществляется с помощью устройств» [10, 2009: 25].

Данный перевод еще иначе называют «медиа-перевод», «мульти-модальный перевод» и «экранный перевод», и он может быть представлен во множестве видов:

перевод скрипта, перевод сценария, свободное комментирование и так далее. Самыми популярными видами в настоящий момент считаются субтитрирование, дублирование и перевод для закадрового озвучивания.

Субтитрирование – это перевод реплик персонажей, а также смыслообразующих надписей, представленный в виде текста и оформленный в строгом соответствии с правилами канала, стриминговой платформы, видеосервиса. Свод требований к оформлению субтитров называется стайлгайд. В стайлгайдах прописаны множество параметров: допустимое количество строк в субтитре (как правило, не более двух), количество символов в строке, скорость чтения (у детей она ниже, поэтому и субтитры к детским фильмам и передачам короче), оформление диалогов, пауз, песен, надписей, числительных и т.д.

Дублирование (или дубляж) представляет собой «особую технику записи, позволяющую заменять звуковую дорожку фильма с записью оригинального диалога звуковой дорожкой с записью диалога на языке перевода, так и один из видов перевода» [6, 2012: 142]. По справедливому замечанию В. Сапожникова, дубляж можно назвать цензурой, поскольку зритель полностью доверяется переводчику и не знает, что на самом деле говорится в фильме [3: 2004, 447].

Закадровое же озвучивание, наоборот, не имеет цензуры как таковой. Оригинальная звуковая дорожка приглушается, поверх накладывается дорожка с голосами актеров. При этом зритель слышит шумы, музыку, звуки толпы и пр. Если перевести исходное название«voice-over», то сразу становится понятной суть подобного вида аудиовизуального перевода, так как дословно оно переводится как «речь поверх».

У каждого из этих видов перевода есть свои весомые преимущества и недостатки.

Плюсы субтитрирования:

1. Зритель может слышать настоящие голоса актеров.
2. Позволяет совершенствовать знание иностранного языка.
3. Более выгоден для онлайн-кинотеатров, поскольку исключает затраты на работу студии озвучивания, звукорежиссера, актеров.
4. Может выйти в прокат раньше дублированной версии.
5. Нужны при проблемах со слухом.
6. Полезны при необходимости соблюдать тишину.

Минусы субтитрирования:

1. Основным недостатком субтитров является высокая степень сжатия и опущения текста. Время нахождения субтитра на экране (т.е. время, когда зритель сможет прочитать текст, не нажимая паузу) ограничено. Чем меньше субтитр «висит», тем меньше в нем может быть знаков. Именно этот фактор зачастую вызывает недовольство зрителей: ведь они, обладая некоторыми знаниями языка, слышат совсем не то, что написано в переводе. Однако если для чтения субтитра зрителю приходится ставить фильм на паузу, то такой субтитр считается некачественным.
2. Субтитры не подходят людям с плохим зрением.

Плюсы дубляжа:

1. Благодаря хорошему переводу и удачно подобранным голосам контент можетвойти в принимающую культуру, а фразы из него – стать популярными.
2. Это вид перевода подходит всем зрительским аудиториям, независимо от возраста, образования, вида устройств, на которых смотрят фильм.
3. Создается иллюзия, что фильм снят на языке перевода.
4. Почти не требует никаких усилий для восприятия.
5. Позволяет адаптировать контент к требованиям цензуры, специфических для каждой страны.

Минусы дубляжа:

1. Создается только для широкого проката и коммерческого использования контента.

2. Является самым дорогим видом аудиовизуального перевода из выделенных трех, так как в озвучке, например, фильма принимает участие целый штат актеров, а в случае с переводом сериала – команда переводчиков, порой до нескольких десятков человек.

3. Не способствует изучению языка.

4. Переводчик вынужден сжимать текст, делать многочисленные трансформации, поскольку помимо передачи смысла, ему приходится подбирать фразы так, чтобы они в переводе совпадали по артикуляции с оригиналом (переводчики называют этот процесс «укладка в губы»).

5. Сильно влияет на восприятие контента, так как оно зависит в данном виде перевода, по большей части, от профессиональности игры актеров дубляжа.

6. Перевод, редактирование и озвучивание текста занимают много времени.

Плюсы закадрового озвучивания:

1. Доступ к переведенному контенту, который существует только в оригинале на западе и редко попадает в кинотеатры России и, тем более, на телевидение.

2. Намного дешевле дубляжа.

3. Требует меньшее количество времени для создания по сравнению с дубляжем.

4. В той или иной мере способствует изучению языка.

Минусы закадрового озвучивания:

1. Множество подобных видов перевода имеет очень низкое качество.

2. Достаточно слабый эффект восприятия, так как закадровый перевод читается ровным нейтральным тоном, а сами эмоции зрительно должен считывать с оригинала.

3. Большую часть аудитории занимают «невзыскательные зрители».

Обращаясь к данным достоинствам и недостаткам, можно определить, с каким видом аудиовизуального перевода легче или сложнее работать, какие примерные финансовые затраты потребует каждый из трех видов, сколько потребуется человек для работы с переводом и над переводом, какие виды способствуют изучению того или иного языка и так далее. Если кратко, то самым простым видом является субтитрирование; дубляж лучше остальных позволяет зрителю погрузиться в атмосферу, например, фильма, а закадровое озвучивание дает доступ к самому труднодоступному контенту. Но, помимо этого, стоит отметить, что основой целью аудиовизуального перевода (да и перевода в целом) является передача информации человеку, не понимающему язык исходного контента, но заинтересованного в нем.

В каком аудиовизуальном контенте может быть заинтересован зритель? Выбор материала в наше время очень широк: популярные иностранные фильмы (например, «Марсианин» или «Интерстеллар»), нашумевшая телепередача или телешоу («Эллен» или «Семейство Кардашьян»), сериал («Игра престолов», «Рассказ служанки») или видео из Youtube на совершенно разные тематики и направленности: комедийные, приключенческие, личные блоги, в том числе посвященные психологическому здоровью.

Контент, затрагивающий психологическое здоровье, начиная с 2019 года становится все популярнее с каждым новым годом, особенно в России. Таким образом, согласно статистике поисковой системы «Яндекс», в феврале 2020 года россияне вбивали в строку поиска слово «психолог» 1,9 миллиона раз, в январе 2021 года – более 2,1 миллиона раз, а в январе 2022 года – почти три миллиона раз [7, 2022]. Спрос сильно сказался на предложении, консультирующих психологов стало больше (например, в Москве – на целых 95 процентов), но также увеличилась и стоимость услуг специалистов.

Однако далеко не каждый человек может позволить себе регулярные визиты к психологам. В этом случае люди и прибегают, по большей части, к видео в Youtube, направленным на объяснение или решение тех или иных психологических проблем. Одним из примеров каналов с подобным уклоном является «Psych2Go».

«Psych2Go» – американский образовательный канал, освещающий темы, связанные с психологией, включая факты о психических расстройствах, взаимоотношениях и чертах личности. Видео данного канала обычно анимированы и показывают белого человекоподобного персонажа, выполняющего действия, которые они описывают вместе с аннотациями. Канал начал свое существование 26 февраля 2021 года. До середины 2017 года на канале в основном появлялись видео с реальными людьми, разговаривающими на определенные темы, но из-за того, что анимация имела большую симпатию у зрителей, контент на канале стал полностью анимированным. За 11 лет создатели американского «Psych2Go» успели стать популярными на данном видеохостинге и создали отдельные каналы на различных языках, включая тайский, испанский, корейский и немецкий [11]. Но, к сожалению, русскоязычный вариант данного канала на данный момент не существует и вряд ли в ближайшем времени появится.

Поэтому в ход и идет аудиовизуальный перевод. Если взять примерами такие видео, как «Mental health is NOT nothing», «5 signs you feel emotionally unsafe», «10 life lessons we all learn too late», «6 habits to live a happier life», напрямую связанные с ментальным здоровьем, лучшим выбором для их перевода и оформления будет субтитрирование, потому что, по оценке зрителей, именно голос главной актрисы озвучивания Аманды Сильверы ассоциируется у них с «Psych2Go», а также очень приятен на слух и даже для людей, неговорящих на английском языке, является неотъемлемой частью озвученных ею видео. Работа с переводом не должна быть слишком тяжелой, так как А. Сильвера четко выговаривает слова и делает достаточно долгие паузы в конце каждого предложения. При озвучивании она использует «простой язык», что не может не радовать как обычных зрителей, обычно нелюбящих сложные около- или научные слова и термины, так и переводчиков. Как и с переводом, оформление не доставит больших трудностей, так как Сильвера говорит размеренно, а значит быстрая смена субтитров и их «укорачивание» не потребуются.

При работе над субтитрами важно учитывать не только содержание материала, но и ряд технических требований к оформлению субтитров. В качестве ориентира в подобной работе считаем возможным взять за основу требования стримингового сервиса Netflix [12]. Требования других платформ отличаются незначительно. Так, при переводе субтитров на русский язык платформа Netflix ограничивает количество символов – не более 39 в строке, что зачастую усложняет работу переводчика. Но даже эта цифра может быть еще меньше, если субтитр находится на экране непродолжительное время. Если субтитр будет слишком длинным, зрителю придется нажимать на паузу – это характеризует субтитры как некачественные.

Таким образом можно сделать вывод, что же такое аудиовизуальный перевод, каких видов бывает и как эти виды отличаются друг от друга, какую важность имеет как каждый вид, так и сам аудиовизуальный перевод в целом в современном мире. Если говорить вкратце, то главными видами аудиовизуального перевода являются субтитрирование, дублирование и закадровое озвучивание. Субтитрирование быстрее, легче и дешевле дублирования и закадрового озвучивания; дублирование является самым дорогим видом, но лучше передает атмосферу контента; закадровое озвучивание немного дороже субтитрирования, позволяет зрителю посмотреть труднодоступный контент, но, в то же время, качество перевода и озвучания может быть недостаточно качественным.

Переводчику стоит учитывать, что сохранение подлинности оригинальной продукции и экономия времени при ее изменении выступают главными факторами как для зрителя, который хочет увидеть конечный продукт как можно быстрее, так и для него самого в целях упрощения работы и прикладывания меньшего количества усилий и труда. Так или иначе, каждый человек выбирает для себя сам, какой вид аудиовизуального перевода будет для него полезнее.

Список использованных источников

1. Арсеньтева М.В. К проблеме создания субтитров / М.В. Арсентьева // Международный научно-исследовательский журнал. – Выпуск 4-2 (23). – 2014. – С. 97-98.
2. Бабенко О.В. Аудиовизуальный перевод как актуальное направление подготовки переводчиков / О.В. Бабенко // Казанский лингвистический журнал. – 2020. – Т.3. – № 3. – С. 289-299.
3. Воронцова, А.И. Взгляд на аудиовизуальную индустрию Российской Федерации / А.И. Воронцова, К.А. Леонтьева. – Страсбург: Европейская аудиовизуальная обсерватория. – 2016. – 44 с.
4. Горошкова В.Е. Перевод в кино: дублирование vs субтитры (на материале фильма Люка Бессона «Ангел А., Франция, 2005») / В.Е. Горошкова // Вестник НГУ. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2007. – Том.5. – Вып.1. С. 135-140.
5. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение / В.Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 2002. – 157 с.
6. Кузьмичев С.А. Перевод кинофильмов как отдельный вид перевода. Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2012. – С. 140-149.
7. Кучерявых Д. Тема ментального здоровья захватила интернет. Чем опасен интерес россиян к психическим расстройствам? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://lenta.ru/articles/2022/03/09/mental_health/ (дата обращения: 09.03.2022).
8. Фаизова Д.Р. Субтитрирование как один из видов аудиовизуального перевода / Д.Р. Фаизова // Журнал «Научный лидер. – 2022. – № №20 (65). С. 125-130.
9. Anderman G., Cintas J. Audiovisual Translation. Language Transfer on Screen. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009.
10. Chiaro. D. The Routledge companion to translation studies. London; Routledge, 2009.
11. Psych2Go [Электронный ресурс]. – Режим доступа:: https://www.youtube.com/c/Psych2go/videos (дата обращения: 01.10.2022).
12. Russian Timed Text Style Guide [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://partnerhelp.netflixstudios.com/hc/en-us/articles/215346638-Russian-Timed-Text-Style-Guide (дата обращения: 20.10.2022).

УДК 81’32

СТАБИЛЬНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ЧАСТЕРЕЧНОЙ СХЕМЫ В ПОЭЗИИ ДЖОРДЖА ГОРДОНА БАЙРОНА

Пухкая В. Ю.
Студент, Оренбургский государственный университет, Оренбург, puhkaavika@gmail.com

Научный руководитель: Быкова Анастасия Сергеевна, преподаватель кафедры теории и практики перевода, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. Данная статья посвящена выявлению степени устойчивости частеречной схемы в произведениях британского поэта-романтика Джорджа Гордона Байрона. В работе приводится хронология событий жизни автора, на основе которых выстроена трехчастная периодизация его творчества. Ставится вопрос о степени динамичности, номинальности и дескриптивности стихотворений автора, проводится сравнительный анализ поэтических произведений раннего, среднего и позднего периодов творчества Джорджа Гордона Байрона с целью выявления наличия или отсутствия изменений в стиле автора. Для этого был проведен расчет евклидова расстояния, позволивший определить изменения в стиле автора.

Ключевые слова: Джордж Гордон Байрон, дескриптивность, динамичность, номинальность, евклидово расстояние, динамика стиля.

STABILITY OF PARTICLE SCHEME IMPLEMENTATION IN THE POETRY OF GEORGE GORDON BYRON

Puhkaya Victoria Yurievna, student, Orenburg State University, Orenburg, puhkaavika@gmail.com

Research advisor: Bykova Anastasia Sergeevna, Lecturer, Department of Translation and Translation Studies, Orenburg

Abstract. This article is devoted to identifying the degree of stability of particle scheme in poetic works of the British romantic poet George Gordon Byron. The article provides a chronology of events in the author’s life, which form the basis of a three-part periodization of his work. The question of the degree of dynamism, nominality of the author’s poems is raised and a comparative analysis of poetical works of George Gordon Byron’s early, middle and late poetic works is carried out to identify the presence or absence of changes in the author’s style. For this purpose, the calculation of the Euclidean distance was carried out to determine changes in the author’s style.

Keywords: George Gordon Byron, descriptiveness, dynamism, nominality, Euclidean distance, dynamics of style.

Исследование посвящено изучению творчества британского поэта-романтика Джорджа Гордона Байрона (1788 – 1824), который оставил настолько заметный след в литературе, что его именем названо литературное течение.

Главная цель данного исследования – выявить степень трансформации стиля автора во времени. Для ее достижения необходимо провести анализ изменения частей речи в разные периоды творчества [4, 2018: 124 – 156].

Кроме того, анализ частей речи позволит выявить степень описательности текста, меру его номинальности и динамичности [2, 2010: 100 – 110].

На первом этапе исследования необходимо разделить творческий путь автора на несколько периодов.

Дадим краткий обзор биографии Джорджа Гордона Байрона, уделяя особое внимание фактам, оказавшим наибольшее влияние на его мировоззрение и творчество.

Поэт родился в Лондоне 22 января 1788 года. Образование Джордж получил сначала в частной школе, а затем в классической гимназии. С 1799 года обучался в школе доктора Глени. В 1801 году поступил учиться в школу Харроу, где познакомился с английскими классиками, а спустя четыре года поступил в Тринити-колледж Кембриджского университета. В 1806 году под псевдонимом написал свою первую книгу «Стихи на случай», которую позже сжег. В 1807 году на свет выходит сборник стихов «Часы досуга».

В 1809 году отправился в путешествие; посетил Португалию, Испанию, Албанию и другие страны. В 1815 году женился на Анне Изабелле Милбенк, с которой состоял в браке до 1816 года. В 1819 году познакомился с графиней Чвиччиоли, с которой прожил до 1823 года. В 1823 году отправился в Грецию, чтобы поддержать восстание, организованное против правления турков. Умер 19 апреля 1824 года в Греции в возрасте 36 лет.

В творчестве поэта можно выделить три основных периода [5, 2017: 145 –150].

Первый период (1798 год – июнь 1809 год) – создание сборника «Hours of Idleness» (1807) и сатиры «English Bards and Scotch Reviewers» (1809).

Второй период (июль 1809 года – апрель 1816 года). В этот период были написаны первые песни «Childe Harold's Pilgrimage», стихотворения, восточные поэмы, «Hebrew Melodies» (1814) и цикл стихов о Наполеоне.

Третий период – отъезд в Швейцарию в апреле 1816 года, где была написана поэма «Manfred» , затем путешествие в Италию (ноябрь 1816 года – декабрь 1823 года), где были созданы поэмы «The Lament of Tasso» и «The Prophecy of Dante». Трагедии «Marino Faliero, Doge of Venice» и «The Two Foscari» и др. Самые значительные произведениями этого этапа творчества – роман в стихах «Don Juan», поэма «Beppo» и мистерия «Cain».

Для анализа были взяты поэтические сборники и произведения, принадлежащие к разным периодам творчества автора. Раннее творчество представлено самым первым сборником «Hours of Idleness» (1807), средний период творчества – сборником «Hebrew Melodies» (1814), а зрелый период представлен следующими произведениями: «The Lament of Tasso», «Beppo», «The vision of judgement», «Don Juan», «The prophecy of Dante».

В качестве выборки материала для настоящего исследования были использованы стихотворные тексты автора объемом в 10 – 30 строк.

Во всех произведениях, перечисленных в таблице 1, были подсчитаны как знаменательные, так и служебные части речи. Среди глагольных форм были выделены личные формы глаголов, вспомогательные глаголы, модальные глаголы, а также неличные формы: причастия в настоящем и прошедшем времени, герундий и инфинитив. Прилагательные и наречия, учитывались в положительной, сравнительной и превосходной степенях сравнения.

Были рассмотрены существительные в формах единственного, множественного числа и в притяжательном падеже. Местоимения были поделены на три группы: личные, притяжательные и другие. Результаты подсчета данных отражены в таблице 2.

Таблица 1 – Сборники, стихотворения и поэмы, послужившие материалом исследования

Раннее творчество (1798 год – июнь 1809 год)	Средний период (июль 1809 года – апрель 1816 года)	Зрелое творчество (апрель 1816 – 1823)
«Hours of Idleness»" (1807)	«Hebrew Melodies» (1814)	«The Lament of Tasso» (3rd part)
«Epitaph on a beloved Friend»	«She walks in beauty»	«Beppo» (2 parts)
«A fragment»	«If that high world»	«The vision of judgement» (2 parts)
«Stanzas to a Lady, with the poems of Camoëns»	«Jeptha's daughter»	«Don Juan» (Canto the first – 16 lines)
«The first kiss of love»	«On the river of Babylon we sat down and swept»	«The prophecy of Dante» (Canto the first – 16 lines)
«To woman»	«Were my Bosom as False as thou deem'st it to be»	

Таблица 2 – Распределение частей речи в стихотворениях разных периодов творчества автора

Часть речи	Ранний период	Средний период	Поздний период
	795 слов	624 слова	587 слова
Существительное (ед.ч., неисч.)	158	100	111
Существительное (мн.ч.)	31	18	30
Существительное (прит. падеж)	12	2	3
Глагол вспомогательный	24	22	17
Глагол смысловой	99	83	56
Глагол модальный	23	8	7
Инфинитив	9	7	4
Герундий	1	3	10
Причастие 1	5	2	4
Причастие 2	9	6	6
Прилагательное	48	40	52
Наречие	29	33	42
Местоимение личное	32	39	20
Местоимение притяжательное	46	37	21
Другие местоимения	43	27	23
Числительное	8	2	9
Артикль	9	4	8

неопределенный			
Артикль определенный	52	45	35
Союз	63	69	59
Предлог	69	64	51
Частица	13	7	8
Междометие	6	5	0

Для сравнения стиля поэта на уровне морфологии можно использовать статистическую меру расстояния. В нашем исследовании использовалась мера евклидово расстояние, один из наиболее распространенных методов квантитативного анализа [1, 2021: 82 – 88]. Евклидово расстояние рассчитывается по следующей формуле *(1)*:

$$d_{(p,q)} = \sqrt{\sum_{k=1}^{n}(p_k - q_k)^2}\,, \quad (1)$$

где p и q – точки в n-мерном пространстве.

Результаты расстояний между периодами отражены в таблице 3.

Таблица 3 – Расчет евклидова расстояния для сопоставления раннего, среднего и позднего периодов на уровне морфологии

1–2 периоды	2–3 периоды	1–3 периоды
69,41	47,75	81,28

Данные показывают, что второй и третий периоды творчества поэта обладают наибольшим сходством. Между первым и вторым периодами творчества наблюдается значительное расстояние, что свидетельствует об их большем различии. Между произведениями раннего и позднего периода творчества Джорджа Байрона отмечается наименьшее сходство.

Рассмотрим сходство и различие произведений, с учетом более обобщенных признаков. В таблице 4 приведены количественные данные частот обобщенных классов. Расстояния, полученные на базе обобщенных признаков, отражены в таблице 5.

Таблица 4 – Обобщенные признаки – абсолютные частоты

Обобщенные признаки	Абсолютные частоты		
	1 период	2 период	3 период
Все существительные	201	120	144
Все глаголы (без вспомогательных)	122	91	63
Все неличные формы глагола	48	40	41
Прилагательные	48	40	52
Наречия	29	33	42
Все местоимения	121	103	64
Все артикли	61	49	43
Все функц.слова	151	145	118

Таблица 5 – Расчет евклидова расстояния на базе обобщенных морфологических признаков

1–2 периоды	2–3 периоды	1–3 периоды
90,38	62,22	107,82

Общая картина сохраняется и при учете обобщенных данных, когда более дробные группы частей речи были объединены в более крупные. Наибольшим сходством по-

прежнему обладают произведения второго и третьего периодов творчества. Стоит так же отметить значительное увеличение расстояния между первым и вторым, первым и третьим периодами.

Таблица 6 – Относительные частоты всех классов частей речи в трех сборниках

Часть речи	Ранний период	Средний период	Поздний период
Существительное (ед.ч., неисч.)	117	94	111
Существительное (мн.ч.)	23	17	30
Существительное (прит. падеж)	9	2	3
Глагол вспомогательный	18	21	17
Глагол смысловой	73	78	56
Глагол модальный	17	8	7
Инфинитив	7	7	4
Герундий	1	3	10
Причастие 1	4	2	4
Причастие 2	7	6	6
Прилагательное	35	38	52
Наречие	21	31	42
Местоимение личное	24	37	20
Местоимение притяжательное	34	35	21
Другие местоимения	32	25	23
Числительное	6	2	9
Артикль неопределенный	7	4	8
Артикль определенный	38	42	35
Союз	46	65	59
Предлог	51	60	51
Частица	10	7	8
Междометие	4	5	0

До настоящего момента рассматривались абсолютные частоты частей речи. Теперь будет рассмотрен другой подход к определению частот. Вместо абсолютных частот возьмем относительные частоты. Чтобы их получить, необходимо разделить объем всех словоупотреблений первого и второго периодов творчества на словоупотребления третьего периода. Затем умножить частоты первого и второго периодов на полученные данные [3, 2021: 124 – 135].

В результате данных подсчетов мы определили относительные частоты, приведенные в таблицах 6 и 8. Следует отметить, что относительные частоты округлены до целых, вследствие чего суммарные показатели относительных частот в таблицах могут разниться.

В результате подсчета евклидова расстояния на базе относительных частот были получены расстояния, отмеченные в таблице 7.

Таблица 7 – Расчет Евклидова расстояния на базе относительных частот

1–2 периоды	2–3 периоды	1–3 периоды
39,48	45,66	42,48

При анализе полученных индексов, мы видим, что общая картина меняется, наименьшее расстояние отмечается между произведениями первого и второго периодов. Наибольший разрыв наблюдается у произведений второго и третьего периодов.

Опираясь на более обобщенные признаки на базе относительных частот, рассмотрим степень сходства сборников. В таблице 8 отмечены соответствующие данные.

Таблица 8 – Обобщенные признаки – относительные частоты

Обобщенные признаки	Абсолютные частоты		
	1 период	2 период	3 период
Все существительные	149	113	144
Все глаголы (без вспомогательных)	90	86	63
Все неличные формы глагола	37	39	41
Прилагательные	48	40	52
Наречия	29	33	42
Все местоимения	90	97	64
Все артикли	45	46	43
Все функц.слова	111	137	118

Индексы, полученные в результате подсчета евклидова расстояния для обобщенных признаков на базе относительных частот, приведены в таблице 9.

Таблица 9 – Расчет евклидова расстояния на базе обобщенных признаков и относительных частот

1–2 периоды	2–3 периоды	1–3 периоды
46,06	56,37	41,03

В данном случае важно отметить, что картина соотношения периодов вновь меняется. Наибольшее сходство наблюдается в первом и третьем периодах. Наибольшее различие по-прежнему отмечается между вторым и третьим периодами.

Таким образом, абсолютные частоты показывают, что основные изменения в эволюции стиля поэта происходят в переход от первого к третьему этапам творчества. В то время как относительные частоты указывают на изменения, происходящие во второй и третий периоды творчества поэта. Анализ произведений Джорджа Гордона Байрона, который был проведен с помощью евклидова расстояния, позволил выявить наличие изменений в стилях автора в разные периоды его творчества.

Список использованных источников

1. Аделева О. П. Устойчивость частеречной схемы в стихах Теда Хьюза / О. П. Аделева // Гуманитарный научный вестник. – 2021. – № 7. – С. 82-88.
2. Андреев В. С. Методы количественного анализа стиля в лингвистике: многомерный подход / В. С. Андреев // Известия Смоленского государственного университета. – 2010. – №3 (11). – С. 100-110.
3. Андреев С. Н. Частеречные характеристики лирики Б. Пастернака / С. Н. Андреев // Известия Смоленского государственного университета. – № 2(54). – 2021. – С. 124-135.
4. Долинский В. А. Семейство ранговых распределений в квантитативной лингвистике / В. А. Долинский // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2018. – №6 (797). – С 124-156.
5. Ковалева П. А. Лирическая строфика Дж. Г. Байрона / П. А. Ковалева // Вестник Брянского государственного университета. – № 2(32). – 2017. – С. 145-150

УДК 81’276.6

СТРАТЕГИИ ФОРЕНИЗАЦИИ И ДОМЕСТИКАЦИИ ПРИ ЭЛИМИНАЦИИ ЛАКУН КОМПЬЮТЕРНОГО ДИСКУРСА

Чуваева Д. Н.

Студент, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Саратов, dina_chuvaeva@mail.ru

Научный руководитель: Клёнова Анастасия Владиленовна, к.ф.н., доцент по кафедре романо-германской филологии и переводоведения Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского, Саратов

Аннотация. В статье рассматривается проблема заполнения лакун компьютерного дискурса с помощью стратегий форенизации и доместикации. Исследование проводилось на материале фильмов. В ходе работы было выявлено существенное изменение в подходе к переводу компьютерной лексики в фильмах и сериалах начиная с 2020 года, поэтому было выделено 2 периода: фильмы до 2020 (2010-2020 гг.) и после 2020 года, которые проанализированы отдельно. В результате анализа был сделан вывод о тенденции к использованию стратегии форенизации в переводе в последние годы.

Ключевые слова: лакуна, элиминация лакун, форенизация, доместикация, компьютерный дискурс, переводческие трансформации.

STRATEGIES OF FORENIZATION AND DOMESTICATION IN ELIMINATING LEXICAL GAPS IN COMPUTER DISCOURSE

Chuvaeva Diana Nikolaevna, student, Saratov National Research State University named after N. G. Chernyshevsky, Saratov, dina_chuvaeva@mail.ru

Supervisor: Klenova Anastasia Vladilenovna, Ph.D., Associate Professor at the Department of Romano-Germanic Philology and Translation Studies of Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, Saratov

Abstract. The article studies the strategies of forenization and domestication in eliminating lexical gaps in computer discourse. This has been done by analyzing a number of films and TV series set in professional IT environment. A significant change was revealed in the approach to the translation of IT terminology and slang starting from 2020. Therefore, two periods were identified, namely the period of 2010-2020 and after 2020, which were analyzed separately. The findings clearly point at the tendency to use the forenization strategy in translation in recent years.

Keywords: lexical gaps, translation strategies, forenization, domestication, computer discourse, translation transformations.

Неотъемлемой частью современного мира является технологический прогресс, который влечет за собой появление новых понятий и терминов. Компьютерные технологии выходят на первый план, а англицизмы в компьютерной сфере в свою очередь оказывают влияние на лексическую систему русского языка. Отдельную группу лексики составляют реалии и лакуны. Реалиями в теории перевода и межкультурной коммуникации принято считать национальные особенности культуры исходного языка [1, 1980: 254]. Лакуны же представляют собой не только полное или частичное отсутствие языкового выражения для понятия, это незаполненный пласт лексики в переводящем

языке, единицы которого получают совершенно разные варианты перевода и замен [3, 2007: 52]. Эти два понятия фактически отражают взгляд на одно явление с разных сторон: реалии – со стороны исходного языка, а лакуны – языка перевода.

Переводческая деятельность в условиях цифровизации претерпевает различные изменения, и компьютерный дискурс становится всё более интересным полем для переводчиков. Такому термину, как компьютерный дискурс, или профессиональный дискурс программистов, неоднократно давали дефиницию. Так, по мнению Маклюэна, компьютерный дискурс – это любое общение в компьютерных сетях, общение с использованием особого рода сигналов – электронных сигналов коммуникации или общение на тематику, связанную с компьютерами [2, 2013: 1]. А. И. Самаричева под компьютерным дискурсом понимает «всю совокупность текстов, объединенных общей тематикой, связанной с современными информационными технологиями» [2, 2013: 1].

Несмотря на интерес к данной проблеме, новизна и малоизученность компьютерного дискурса предопределяет наличие трудностей при элиминации лакун.

Передача реалий представляет собой важную проблему в переводе. При элиминации, иначе говоря, заполнении лакун переводчики различают стратегии форенизации и доместикации, выбор которых зависит от цели перевода. Первая из стратегий направлена на сохранение черт текста оригинала, на подчеркивание отличительных особенностей иноязычной культуры, в то время как вторая имеет целью сгладить культурные различия, поэтому при такой стратегии подбирается наиболее понятный реципиенту эквивалент переводимой лексической единицы [5, 1995]. От выбора стратегии зависит конечный вариант перевода реалии, поэтому была поставлена задача проанализировать, к какой стратегии склоняются современные переводчики кинотекстов.

Настоящее исследование посвящено лакунам в компьютерном дискурсе и стратегиям их элиминации при переводе. Тема представляется актуальной, поскольку все более частотной в лингвистике тенденцией в условиях цифровизации является изучение компьютерной лексики. Материалом исследования является более 200 лексических единиц, отобранных после просмотра фильмов и сериалов по данной тематике: «Социальная сеть» (The Social Network, 2010), «Стив Джобс» (Steve Jobs, 2015), «Мистер Робот» (Mr Robot, 2015-2017), «Разрабы» (Devs, 2020). Была поставлена задача выявить превалирующие стратегии при элиминации лакун компьютерного дискурса до 2020 и после на материале фильмов. В общей сложности нами было проанализировано 4 кинотекста из 2 фильмов и 2 сериалов и отобрано более 200 единиц.

Выбор материала для анализа в данной работе не случаен. Перевод фильмов и современных сериалов специфичен и актуален в плане изменения лексики. Здесь переводчик экспериментирует с лексикой, имеет больше свободы при подборе русскоязычных эквивалентов, использует подходы приближения текста к культуре реципиента и передачи особенностей лексики оригинала. Так, благодаря анализу кинотекстов и скриптов сериалов, представилась возможность проанализировать различные варианты перевода и элиминации лакун.

В ходе работы было замечено существенное изменение в подходе к переводу компьютерной лексики в фильмах и сериалах начиная с 2020 года. Мы выделили 2 периода: фильмы до 2020 (2010-2020 гг.) и после 2020 года, которые были проанализированы отдельно.

К первому периоду (кинотексты из фильмов до 2020) относятся фильмы «Социальная сеть» (The Social Network, 2010), «Стив Джобс» (Steve Jobs, 2015) и сериал «Мистер Робот» (Mr Robot, 2015-2017); отобрано около 150 лексических единиц. По результатам анализа в кинотекстах до 2020 года было выявлено, что при переводе значительно большего числа лексических единиц использована стратегия доместикации – около 110 единиц (73%). Чтобы зрителю было понятнее, переводчик стремился приблизить иноязычную реалию к культуре реципиента. Примерами могут служить такие

единицы, как *Facebook me – добавь меня в друзья, the dialogue box – экран, outreach – техническая поддержка, point and click – курсорный интерфейс.*

При этом применялись такие переводческие приемы, как конкретизация (*We're gonna need a little start-up cash to rent the servers and get* ***it*** *online. – Нужен стартовый капитал чтобы взять в аренду серваки и запустить* ***проект*** *в сеть),* генерализация *(So its definitely necessary to break out* ***the emacs*** *and modify that perl script. – Да уж, придется ломать* ***редактор*** *и менять перл скрипт)*, компенсация *(...like they do on* ***hotornot.com****. – ...как делают на* ***«кто-круче.ком»****)*, калька *(Unfortunately, Harvard doesn't keep a public* ***centralized facebook****. – К сожалению, в Гарварде нет* ***централизованного фотоальбома****).*

Стоит отметить преобладание лексических трансформаций при переводе: *So its definitely necessary to break out the emacs and modify that* ***perl script****. – Да уж, придется ломать редактор и менять* ***перл скрипт****, Maybe you want to have* ***DMA*** *on your 16-bit system, who knows? – Может, вам нужен* ***прямой доступ к памяти*** *на вашей 16-битной системе, кто знает, I believe I pointed out some pretty gaping holes in your* ***system****. – Я ведь выявил слабые места в* ***системе безопасности****.*

Стратегия приближения перевода к оригиналу в первом из изученных периодов использовалась значительно реже – 40 единиц (27 %). При этом заимствованные термины демонстрировали малую степень освоенности языком перевода: в некоторых случаях переводчикам приходилось использовать оригинальные лексические единицы. Так, *perl script* переводится как *перл скрипт, logs – логи, rootkit – рутким, debugging software – дебаг, PHP* остается *PHP, SSL encryption* переведен как *SSL.*

Мы видим, что при малой освоенности заимствований используется либо приемы транскрипции и транслитерации при переводе, либо термины сохраняют иноязычный облик, оставаясь при этом незаполненными, абсолютными лакунами. На этом этапе переводчик не может приблизить термин к культуре реципиента, поскольку в языке перевода нет языковой формы для недавно появившегося концепта или понятия. При элиминации таких лакун использована стратегия форенизации, так как она является единственно возможной. В целом, можно сделать вывод о том, что при переводе фильмов первого периода доминирует стратегия доместикации.

Для анализа кинотекстов, переведенных уже после 2020 г., пока был выбран единственный сериал «Разрабы» (Devs, 2020) как наиболее современный по времени и продуктивный для анализа лексики фильм. В выбранном кинотексте ситуация меняется, прослеживается явный сдвиг в сторону стратегии форенизации – 70 лексических единиц (70%) из 100 отобранных. Все чаще переводчики стремятся обогащать речь иноязычными заимствованиями, все более активно происходит проникновение новой лексики в язык-реципиент. В количественном соотношении заимствований становится больше, и степень их освоения языком также значительно повышается.

Зафиксирован более высокий этап освоенности иноязычных терминов, происходит активное заполнение лакун. Термин не вызывает сложностей в понимании, осваивается принимающим языком, происходят изменения в морфологическом строе – добавляются приставки и иные словообразовательные элементы. Полное элиминирование лакуны в языке возникает тогда, когда в культуре реципиента прочно закрепляется новый концепт и термин перестает восприниматься реципиентом как заимствованный. На данном этапе реалии могут переводиться путем преобразования иностранного термина с помощью добавления приставок и суффиксов и изменения части речи. Например: *It's password protected, and says it'***ll reformat** *if I get the password wrong. – Приложение, защищенное паролем. Пишет, если ошибиться с паролем, всё* ***форматнется****./ They link to a php that* ***redirects*** *or something. – Направляют на PHP, а там* ***редиректит****./ RSA is still more* ***brute-forcible****. – Но RSA* ***брутфорсится*** *лучше.* На данных примерах продемонстрировано сохранение и точная передача явлений исходного языка.

Текстам второго периода свойственна и адаптация культурных явлений для переводящего языка, но она используется уже гораздо реже – в 30% случаев (30 единиц).

Подходящим в случае перевода компьютерной лексики определением для термина «адаптация» можно считать определение из словаря переводческой терминологии «Terminologie de la traduction» под редакцией Ж. Делиля и др. Адаптация есть «переводческая процедура», в которой «переводчик заменяет социокультурную реалию исходного языка реалией, характерной для культуры переводящего языка для того, чтобы удовлетворить ожидания целевой аудитории» [4, 1999: 114]. Например, *a hardware problem* перевели как *дело в железе, the mailing list – список рассылки, get it online – запустить проект в сеть, security – система безопасности.*

Направленность на обычного зрителя и желание передать колорит оригинала – какой стратегией руководствоваться при переводе: доместикацией или форенизацией? Выбор переводчика определит, в сторону какого подхода к переводу будет направлена элиминация лакун компьютерного дискурса, и как это скажется на выборе русскоязычного эквивалента.

Разграничение на периоды в данной работе связано с тем, что возникновение новой компьютерной лексики происходит с высокой скоростью, а также заметен сдвиг при выборе стратегии перевода таких новообретаемых единиц. Проанализировав примеры выше, мы видим, что переводческая команда, выполнявшая локализацию одного из последних сериалов, базируются в своей работе на стратегии форенизации, что может свидетельствовать о тенденции привнесения лексических единиц в переводящий язык и обогащения русского языка иноязычными заимствованиями.

Таким образом, в ходе анализа лакун компьютерного дискурса и стратегий их заполнения можно сделать вывод о том, что с каждым годом тенденция к использованию стратегии форенизации при переводе фильмов и сериалов растет, что связано с активизацией процесса привнесения новой лексики компьютерного дискурса в обиход русской речи. А стратегия доместикации, наоборот, была частотной при переводе сериалов предыдущего десятилетия. Можно предположить, что отмеченная тенденция связана с цифровизацией в современном мире, касающейся разных аспектов жизни, в том числе и переводческой деятельности. Безусловно, эти выводы еще предстоит подтвердить на более обширной выборке. «Разрабы» (Devs, 2020) является последним по году выпуска кинопродуктом по компьютерной тематике, поэтому выбрать больше материала для анализа пока не представляется возможным. Предстоит еще проверить выводы и исключить фактор субъективности, связанный с работой команды одного проекта.

Список использованных источников

1. Влахов С. И., Флорин С. П. Непереводимое в переводе. – М.: Международные отношения, 1980. – 343 с.
2. Ефремова Е. Е. Специфические черты компьютерного дискурса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/4ooeqsi1wc/direct/67906722 (дата обращения: 10.09.2022).
3. Панасюк И. Теория лакун и проблема эквивалентности перевода // Вопросы психолингвистики. –2007. – № 6. – С. 51–72.
4. Delisle J. Terminologie de la Traduction: Translation Terminology. Terminología de la Traducción. Terminologie der Übersetzung. – John Benjamins Publishing, 1999. – 433 p.
5. Venuti L. The Translator’s Invisibility: A History of Translation. – London, New York: Routledge, 1995. – 336 p.

СЕКЦИЯ 4
«ПЕРЕВОД И ДРУГИЕ ВИДЫ ИСКУССТВА

УДК 811.11.112

АНАЛИЗ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПРИ ПЕРЕДАЧЕ КОНТАМИНИРОВАННОЙ РЕЧИ В РАССКАЗЕ А. ЙОДЛЬ «WILD UND FREI»

Александрова Д. Ю.

Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, imdori@yandex.ru

Научный руководитель: Щербина Валентина Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии и методики преподавания немецкого языка, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. Данная статья посвящена анализу переводческих решений при создании контаминированной речи. Особое внимание уделяется рассмотрению самих терминов «контаминированная речь» и «контаминация». Проводится исследование факторов, так или иначе влияющих на деятельность переводчика, а также приводятся и обсуждаются примеры переводческих решений, которые были сделаны при переводе оригинального произведения немецкой писательницы. Обсуждается проблематика употребления контаминированной речи в художественных текстах.

Ключевые слова: контаминированная речь, контаминация, переводческие решения, интерференция, ломаная речь.

ANALYSIS OF TRANSLATION SOLUTIONS IN THE TRANSMISSION OF CONTAMINATED SPEECH IN A. JODL'S STORY "WILD UND FREI"

Aleksandrova Daria Iurevna, student, Orenburg State University, Orenburg, imdori@yandex.ru

Research advisor: Shcherbina Valentina Evgenievna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of German Philology and German Language Teaching Methods, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. This article is devoted to the analysis of translation solutions when creating contaminated speech. Particular attention is paid to the consideration of the terms "contaminated speech" and "contamination" themselves. The study of factors affecting the translator's activity in one way or another is carried out, and examples of translation decisions that were made when translating the original work of the German writer are also given and discussed. The problems of the use of contaminated speech in literary texts are discussed.

Keywords: contaminated speech, contamination, translation solutions, interference, broken speech.

Контаминированная речь – это довольно частое явление в литературе или кинематографе, представляющее собой своеобразный языковой феномен. Для придания колорита авторы прибегают к использованию данного приема, который помогает определить принадлежность того или иного персонажа к определенной этнической, профессиональной, социальной или иной группе. На экранах кинотеатра или домашнего телевизора, в книгах или брошюрах люди слышат или видят порой странные слова, словосочетания, фразы на иностранном языке или же частично содержащие его и порой не задумываются о том, какое значение придается этим ломаным фразам, и какая работа за этим стоит.

В качестве источника материала для анализа переводческих решений, применительно к художественному тексту, нами был избран сборник рассказов «Дикие и свободные» современной немецкой писательницы Ангелики Йодль. Во время работы с текстом произведения переводчику зачастую необходимо выбирать из множества вариантов наиболее подходящий, основываясь в этом выборе на целый спектр факторов. На итоговый вариант текста перевода повлияли переводческие решения, на которые, в свою очередь, оказали влияние факторы и качества, относящиеся к личности переводчика. В процессе работы мы воспользовались собственными экстралингвистическими знаниями для наиболее точной локализации произведения, обсудили сложные моменты с автором и редактором, которая долгое время живет в Германии, а также мы отошли от классического подхода к переводу и отдали предпочтение переводческим инновациям.

Вся тема исследования связана с двумя понятиями: это непосредственно «контаминация» и «контаминированная речь». Само слово «контаминация» на латинском обозначается, как «contaminatio» и переводится на русский словом «смешение». Если мы обратимся к Большой российской энциклопедии, то увидим, что контаминация трактуется с двух сторон:

1.Контаминация используется в речи, как мотивированный коммуникативными целями, условиями речевого общения стилистически значимый способ выражения мысли адресанта, чтобы придать высказыванию, тексту экспрессию, повысить выразительность речи, подчеркнуть нужные адресанту смысловые, оценочные, эмоциональные акценты, определённую тональность слов, фразы, абзаца, текста в целом, реплики.

2. Контаминация рассматривается в аспекте культуры речи как нарушение литературной нормы, такое отступление или речевые ошибки, распространены в разговорной речи и в устных разновидностях книжной речи [1, 2004-2017].

Здесь проявляется сложность контаминации, как явления. Две стороны граничат между собой и именно тут в работу должен вступить опытный переводчик, чтобы не возникло неточностей, искажения смысла текста оригинала и так далее.

Для раскрытия понятия «контаминированная речь» обратимся к выдающемуся лингвисту Я.И. Рецкеру. В его трактовке данное понятие в общем значении представляет собой согласование близких по значению или звучанию языковых единиц, ведущее к появлению новых единиц [4, 2015: 8-16]. Однако Я.И. Рецкер не относит к этому понятию такие наборы языковых отклонений, как диалекты, просторечия, дефекты речи [2, 2019], ломаную речь иностранца и многие другие, но здесь мы будем опираться на мнение других лингвистов, по мнению которых, контаминированная речь так же является разновидностью интерференции, что обозначает последствие влияния одного языка на другой, проявляющееся в применении норм одного языка в другом в письменной или устной речи. Интерференция может проявляться в различной степени, основываясь на такие факторы, как уровень знания иностранного языка, длительность использования говорящих второго языка, способности человека и так далее.

Один из видов языкового отклонения, такой как ломаная речь, был использован нами для передачи речи одного из героев. Ломаная речь иностранца представляет собой особый вид контаминации, который возникает при недостаточно хорошем владении иностранным языком и интерференции со стороны родного языка, допускающая любой уровень владения иностранным языком. Здесь имеется взаимосвязь с родным языком говорящего, так как именно отличные структуры родного и иностранного языков приводят к ошибкам и различным отклонениям от нормы.

Итальянец Энцо родом из Южного Тироля. сбежал из Италии, увиливая от службы в армии, в возрасте 20 лет. Из исторических источников известно, что до Первой мировой войны регион принадлежал Австро-Венгрии, но после её распада был включен в состав Италии, в связи с этим большая часть населения говорила и по сей день говорит на немецком языке. В речи Тирольцев смешались баварское наречение, австрийский вариант немецкого языка и итальянский язык. Именно в этом проявляется «интерференция».

Понятие «контаминация речи» включает в себя фонетические, грамматические и лексические отклонения от общепринятых норм [3, 2005].

Отступление от грамматических норм русского языка является средством передачи контаминированной речи. Типичные ошибки в выборе глагольного вида характерны почти для всех иностранцев. В тексте оригинального произведения использован данный прием и поэтому нам виделось приемлемым передать это при переводе:

Пример 1.
«Komma in da Nacht do daher?»;
«Мы идти туда ночью

Пример 2.
«Wo ich mussen unterschrieben?»;
«Где я надо подписать?»

Передача намеренной контаминации в переводе может быть сплошной или выборочной [5, 2000: 186]. При сплошной контаминации искажается вся или большая часть речи иностранца. Как отмечалось в книге, за всё время пребывания в Германии он не сказал ни одной грамматически верной фразы, но при этом и итальянский он почти забыл и использовал лишь некоторые слова, например, такие как ***«katastrof»*** или ***«dormire».*** Для перевода этих слов был применен прием транслитерации. Данное переводческое решение также помогло передать колорит речи Энцо:

Пример 3.
«Meine Schef immer dormire! Dormire ganze Tag!»;
«*Моя шеф всегда дормире! Дормире целый день!»*

Лексическими ошибками пронизана вся речь итальянца. За данный тип ошибок принимают нарушение норм употребления слов, когда слова в предложении не согласуются по смыслу, стилистике или же по происхождению. При переводе любимой фразы Энцо возникли трудности и сначала было решено перевести её, транслитерировав текст, но вскоре появился вариант для сохранения колорита, предложенный редактором:

Пример 4.
«Issa Katastroof»
«Это Катастрооф» — «Ето Катастроф»

Фонетические нарушения речи являются группой речевых расстройств, при которых нарушается исключительно произносительная сторона при достаточной сформированности фонематического слуха, лексики, грамматики. Сюда можно отнести искажение звуков и слоговой структуры слов, просодические нарушения.

Наиболее ярко фонетические нарушения отражены в ещё одном примере, где мы переводили слово «Heiter». С баварского диалекта означает «лошадь», а Энцо же произносит его на свой «итальянский манер» – *«Heita»* и мы посчитали важным отобразить это в переводе данной контаминации, взяв во внимание итальянскую особенность произношения мягкого [л’]

Пример 5.
Heiter – Heita
«cavallo» (от итал. лошадь) – «Льошать».

При переводе междометий было решено не использовать прием транслитерации для более точной локализации, так как мы посчитали, что вариант с транслитерацией может сбить русскоязычного читателя с толку, из-за того, что это созвучно со «сленговым» междометием «Йоу».

Пример 6.

«Jo-jo-jo»
«Ой-ой-ой»

Все эти примеры иллюстрируют насколько обширно понятие котаминированной речи и насколько трудно внести в язык новые единицы, для которых не существует эквивалентов в языке перевода.

Таким образом, контаминированная речь помогает создать колорит. Важно уметь передавать её грамотно, избегая чрезмерности, и тогда данный прием поможет раскрыть персонажа и произведение в целом. При несовпадении систем исходного языка и языка перевода возникает множество проблем, с которыми переводчик должен справляться, прибегая к контаминациям, чтобы восприятие текста было облегчено для читателя. В художественном произведении это может быть затруднено стилем, личной задумкой автора. Однако переводчику стоит не злоупотреблять личными поправками в текст оригинального произведения.

Список использованных источников

1. Большая российская энциклопедия / гл. ред. Осипов Ю.С. – Москва: Большая российская энциклопедия, 2004-2017.
2. Куницын, А.В. Особенности перевода контаминированной речи с английского языка на русский / А.В. Кунин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2019/data/15744/88006_uid338254_report.pdf (дата обращения: 25.10.2022).
3. Лупачёва, Т.А. Функционирование китайских вкраплений в произведениях американской писательницы ЭМИ ТЭН / Т.А. Лупачева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.dissercat.com/content/funktsionirovanie-kitaiskikh-vkraplenii-v-proizvedeniyakh-amerikanskoi-pisatelnitsy-emi-ten (дата обращения: 25.10.2022)
4. Рецкер, Я.И. Передача контаминированной речи в переводе и роль традиции / Я.И. Рецкер // Мосты. – 2015. – № 4. – С. 8-16.
5. Паршин, А. Теория и практика перевода / А. Паршин. – Москва: Русский язык, 2000. – 203 с.

УДК 811.112.2’255.2

ЖАНР СОВРЕМЕННОЙ ЛИТЕРАТУРНОЙ РЕЦЕНЗИИ: ПРЕДПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Балданова А. Ж.

Студент, Бурятский государственный университет им. Доржи Банзарова, г. Улан-Удэ, alinabaldanova5@gmail.com

Научный руководитель: Самбуева Вера Баировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры перевода и межкультурной коммуникации Бурятского государственного университета, г. Улан-Удэ

Аннотация. В данной статье рассматривается определение «литературной рецензии», ее характерные особенности, выделяется классификация и типология жанра «рецензия», выявляются особенности перевода литературной рецензии на примере конкретной рецензии немецкого критика, рассматриваются потенциальные трудности, с которыми переводчик может столкнуться, а также возможные переводческие решения.

Ключевые слова: рецензия, перевод, литературная рецензия, предпереводческий анализ, медиадискурс.

GENRE OF MODERN LITERARY REVIEW: PRE-TRANSLATION ANALYSIS

Baldanova Alina, student, Banzarov Buryat State University, Ulan-Ude, alinabaldanova5@gmail.com

Scientific advisor: Sambueva Vera, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Translation and Intercultural Communication, Banzarov Buryat State University, Ulan-Ude

Abstract. This article examines the definition of a “literary review”, its characteristic features, identifies the classification and typology of the concept of “review”, identifies the features of the translation of a literary review on the example of a specific review by a German critic, examines the potential difficulties that a translator may encounter, as well as possible translation solutions.

Key words: review, translation, literary review, pre-translation analysis, media discourse.

В литературной журналистике жанр «литературной рецензии» является одним из самых старых, и на сегодняшний день он не утерял своего значения в медиадискурсе. В условиях современного информационного пространства появилась возможность читать и переводить рецензии, публикуемые в иностранных СМИ, что обогащает литературный мир. Поэтому этот жанр, наряду с другими, представляет интерес для переводчика.

Цель данной статьи – провести предпереводческий анализ текста литературной рецензии и определить возможные переводческие трудности.

Слово «рецензия» латинского происхождения (*«recensio»*) и в переводе означает «просмотр, сообщение, оценка, отзыв о чем-либо». Можно сказать, что рецензия – это жанр, основу которого составляет отзыв (прежде всего – критический) о произведении художественной литературы, искусства, науки, журналистики и т.п. В какой бы форме ни был дан такой отзыв, суть его — выразить отношение рецензента к исследуемому произведению [5, 2000].

Жанр рецензии можно назвать особенным, потому что ее относят к так называемым вторичным текстам, «текстам, созданным на базе другого текста и

сохраняющем его основное содержание» [4, 2003: 119]. Рецензент в своей работе оценивает первичный текст и впоследствии создает вторичный текст.

Рецензию традиционно относят к аналитическим жанрам. Основанием для этого является, прежде всего, цель, которую ставит перед собой автор.

Объектом рецензии является художественное явление, создаваемое одним из видов искусства: литературой, музыкой, живописью, театром, кино.

Предметом рецензии на литературное произведение является как отдельное произведение, так и сборник произведений или дилогия, трилогия, тетралогия и т.д.

А.А Тертычный классифицировал рецензии в определенные типологические группы по следующим критериям:

1. По объему рецензии можно разделить на два типа: большие (гранд-рецензии) и маленькие (мини-рецензии).

2. По числу анализируемых произведений автор делит рецензии на моно-рецензии и поли-рецензии. В публикациях первого типа анализируется одно произведение, хотя автор может производить какие-то сравнения и с этой целью упоминать другие произведения. В поли-рецензии производится разбор двух или более произведений, они обычно сравниваются одно с другим, и такой разбор занимает довольно большое место.

3. По теме рецензии делят на литературные, театральные, кинорецензии, рецензии на мультипликационные и неигровые фильмы, телерецензии, рецензии на рекламные книги и т.д. [5, 2000].

Также выделяют читательскую рецензию, экспертную и заказную.

Читательская рецензия – это анализ произведения непосредственно самим читателем. Такие рецензии обычно используются на сайтах. Экспертная рецензия пишется экспертом из определенной области, например, критиками, учеными или преподавателями. Заказные рецензии обычно предназначены для рекламы, их целью является повышение интереса к товару.

По стилю речи рецензию делят на научную и публицистическую. Научная характерна для экспертов, а публицистическая для прессы.

Главной особенностью литературной рецензии является то, что она относится не к одному, как это часто бывает, а сразу к двум функциональным стилям.

Публицистический стиль реализуется в текстах средств массовой информации (телевидение, радио, газеты и журналы), рассчитанных на широкую аудиторию в публичных выступлениях, которые могут быть посвящены разнообразной тематике – политической, экономической, культурной, морально-нравственной и пр. Таким образом, публицистический стиль обслуживает прежде всего общественно-политическую и культурную сферы массового общения [3, 2018: 17].

Художественный стиль воздействует на воображение, психику и чувства читателя, передаёт мысли и чувства автора, использует всё богатство лексики, возможности разных стилей, характеризуется образностью, эмоциональностью речи.

Текст рецензии чаще всего богат экспрессивными формами и средствами выразительности, что приближает его к художественному стилю. Основные жанры художественно-публицистического стиля – статья, очерк, фельетон, памфлет и другие.

Переводчик, приступая к переводу литературной рецензии, должен сначала провести подробный анализ текста для того, чтобы выявить инвариант перевода и определить переводческую стратегию.

В переводоведении выделяются несколько аспектов предпереводческого анализа. Отечественный переводовед И.С. Алексеева в своей книге «Введение в переводоведение» [1, 2004: 243] разработала схему предпереводческого анализа текста, в которую она включила следующие пункты:

1. Сбор внешних сведений о тексте;
2. Определение источника и реципиента;
3. Состав информации и ее плотность;

4. Коммуникативное задание;
5. Речевой жанр.

Материалом нашего исследования послужил текст рецензии «Allein sein, nicht sprechen». Используя критерии, описанные выше, данную рецензию можно охарактеризовать как: экспертную, литературную, художественную мини- и моно-рецензию.

Текст рецензии был опубликован на сайте немецкой газеты Zeit 3 марта 2022 года [8]. Автором рецензии является литературный критик Кристоф Шрёдер. Первичным текстом, т.е. произведением, на которое написана рецензия, является книга Патрика Ли Фермора «Время хранить молчание» (Eine Zeit der Stille). Для того, чтобы более глубоко проанализировать рецензию, необходимо также найти сведения о первичном тексте и его авторе. В открытом источнике «Википедия» можно найти следующую информацию:

Патрик Майкл Ли Фермор (англ. *Patrick Michael Leigh Fermor*; 11 февраля 1915, Лондон – 10 июня 2011, Дамблтон, Англия), – *британский писатель, учёный и солдат, сыгравший видную роль в Критском сопротивлении в годы Второй мировой войны. Был широко известен как «самый великий при жизни британский писатель путешествий», написавший книги, включая его классическую книгу «Время даров» (1977). Журналист BBC однажды написал о нём: «В нём скрестились Индиана Джонс, Джеймс Бонд и Грэм Грин»* [6].

Книга «Время хранить молчание» была опубликована в 1953 году. В ней рассказывается о пребывании Фермора в монастырях по всей Европе. Книга может быть интересна тем, кто занят размышлениями о значении тишины и одиночества в условиях современной жизни. Потенциальным реципиентом перевода могут стать читатели журналов или онлайн-сайтов, где публикуются переводы рецензий различных авторов с разных языков.

Поиск средств выражения когнитивной информации

В данной рецензии основными средствами выражения когнитивной информации являются:

1. Имена собственные: *Patrick Leigh Fermor, Dirk van Gunsteren, St. Wandrille;*
2. Термины: *Benediktinerkloster, Verbindungsoffizier, Entwicklungsroman;*
3. Числительные: *geboren 1915, starb im Jahr 2011, seit rund 15 Jahren neu auflegen;*
4. Сложные слова с абстрактным значением: *Sehnsucht, Eingeschlossensein.*

Из всех перечисленных средств, трудность при переводе могут представлять имена собственные и термины.

Так, при переводе рецензий на книги переводчику необходимо в первую очередь перевести название книги. Очень удобно, если в языке перевода (ПЯ) уже имеется устоявшееся название. При поиске информации о книге обнаружилось, что в разных источниках название книги переводят по-разному. Было найдено два варианта перевода: “Время хранить молчание” и “Время молчания”. Разница, возможно, небольшая, но она все же есть, поэтому переводчик должен решить, какое название использовать.

При передаче литературных терминов, которых не существует в русском языке, первостепенной задачей переводчика является качественный анализ определения и выявление значения, после чего перед ним стоит выбор передачи на целевой язык. Приведем примеры:

а) *das Reisebuch* – в большинстве русско-немецких словарей слово *«Reisebuch»* переводится как *«путеводитель»*. Но путеводитель – это справочник, а приведенное произведение является в большей степени рассказом, поэтому предпочтительнее перевести это как *«книга о путешествиях».*

б) *der Reiseschriftsteller* – если мы определили слово *«Reisebuch»* как *«книга о путешествиях»*, то будет логично перевести *«Reiseschriftsteller»* как *«автор книг о путешествиях»*.

в) *der Entwicklungsroman* – в немецкоязычном словаре Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS) находим следующее определение: *«Roman, der den inneren und äußeren Werdegang eines Menschen bis zu einer gewissen Reifung der Persönlichkeit verfolgt»* (роман, прослеживающий внутреннее и внешнее развитие человека до определенного созревания личности) [7]. Можно перевести это как роман о развитии, но в русском языке нет такого термина, поэтому читателю может быть не очень понятно такое определение. В таком случае стоит использовать описательный перевод, и уточнить, что это роман о формировании личности.

Поиск средств выражения эмоциональной информации

В данной рецензии основными средствами выражения эмоциональной информации являются:

1. Лексика с эмоционально-оценочной коннотацией: *Bewunderung, Sympathie;*
2. Фразеологизмы: *Die Zeit ist aufgehoben;*
3. Интертекстуализмы: *«Eh bien, c'est exactement pareil»;*
4. Инверсия: «*Er transzendiert sich?».*

Трудность для переводчика могут представлять эмоционально-оценочные средства.

Переводчик должен правильно понять позицию автора рецензии по отношению к писателю. Как показывает практика, ярче всего субъективная модальность и оценка могут проявляться в выборе слов (чаще всего прилагательных и существительных), используемых в описаниях [1, 2004: 253].

а) Fermor ist e*rwartungsfrei, offen, durchlässig* und gerät schnell in einen Zustand zwischen Verwirrung, Faszination und Bewunderung. – Фермор *непредсказуем, открыт, проницателен* и быстро погружает в состояние между замешательством, очарованием и восхищением.

В данном контексте такая эмоциональная лексика явно указывает на хорошее отношение и уважение к автору.

б) Der pragmatische Schriftsteller klopfte dort an, ohne Anmeldung *und ausgerechnet auch noch* an einem Sonntag und fand sofort Aufnahme. – Прагматичный писатель постучался туда, без предупреждения *и, как назло, еще и* в воскресенье, и его сразу же приняли.

В наречии «назло» можно увидеть, что автор выражает огорчение и сожаление.

Поиск средств выражения эстетической информации

В данной рецензии эстетическая информация выражена:

1. Метафорами: *Wurzel allen menschlichen Übels, die Zeit ist aufgehoben*
2. Олицетворением: *Hier herrscht strengstes Schweigegebot*

Также при переводе нужно уделить должное внимание тропам. Так как они придают бóльшую выразительность исходному тексту и выражают оценочное суждение автора, они должны максимально возможно сохраниться в переведенном тексте.

Метафоры и заложенные в них образы должны сохранять в языке перевода логичность, а игра с нормой не должна быть похожа на речевую ошибку. [2, 2020: 58]

а) *Die Zeit ist aufgehoben – Время остановилось*.

Причастие aufgehoben произведено от глагола aufheben. У данного глагола есть несколько значений: «ликвидировать», «сберегать», «отменять». Но так как в русском языке уже есть аналог данной метафоры «время остановилось», то переводчик может использовать ее.

б) *Hier herrscht strengstes Schweigegebot. – Здесь царит строжайшее правило секретности.*

Чтобы придать образность высказыванию, автор прибегает к использованию олицетворения. Глагол «herrschen» имеет значения «господствовать и властвовать», но «царит» более узуально для русского языка, например: «царит тишина» или «В доме царили уют и чистота», поэтому этот вариант более предпочтителен для перевода.

Коммуникативное задание

Результаты проведенного нами анализа позволяют сделать вывод о том, что в исходном тексте присутствуют три вида информации: когнитивная, эмоциональная и эстетическая. Исходя из этого можно определить коммуникативную задачу: автор текста хочет сообщить реципиенту информацию о книге «Время хранить молчание». Большое количество средств выражения эмоциональной информации указывает на то, что основной задачей является оценка рецензируемого произведения, в результате анализа мы выявили, что отношение автора к книге определенно положительное, рецензент удовлетворен содержанием. И несмотря на то, что в тексте не присутствуют средства выражения оперативной информации, автор рекомендует читателям прочтении данного произведения.

В заключение можно сделать вывод, что литературная рецензия была и до сих пор является довольно популярным видом текста. В свете развития технологий и средств массовых коммуникаций, рецензия стала очень доступным видом текста, поэтому рецензии иностранных авторов стали востребованы и привлекательны для прочтения. Литературная рецензия относится сразу к двум функциональным стилям, что, несомненно, должен учитывать переводчик. Она содержит в себе когнитивную, эмоциональную и эстетическую информацию. Хоть оперативная информация не выражена прямым текстом, мы можем понять посыл автора из эмоциональной информации, в которой понятно, рекомендует ли автор произведение к прочтению.

Рецензия содержит в себе субъективно-объективную оценку, поэтому особую трудность для переводчика составляет первоначальное понимание отношения рецензента к писателю, потому что от него будет зависеть «настроение» всего текста. Оно выражается в основном в эмоциональной информации, которая преобладает в жанре литературной рецензии.

Задача переводчика – перевести рецензию без потери (или постараться минимизировать потери насколько возможно) смыслового содержания и эстетической составляющей, чтобы текст производил такое же воздействие на читателя переведенного текста, как и на читателя исходного текста. Перевод литературной рецензии – интересный процесс, в ходе которого переводчик сталкивается с различными трудностями, а также несет ответственность за все принятые переводческие решения. Предварительный анализ, конечно, является очень важной частью перевода. Проведя предпереводческий анализ, у переводчика появляется четкое видение текста, его составляющих и потенциальных трудностей.

Перевод должен восприниматься читателем естественно и не вызывать дискомфорт, поэтому переводчик должен проследить за тем, чтобы перевод не нарушал норму, систему и узус ПЯ. Поэтому переводчику следует подробно проанализировать сам текст, его информационный состав и внешнюю информацию и только затем приступать к переводу**.**

Список использованных источников

1. Алексеева, И.С. Введение в переводоведение / И.С. Алексеева. – М.: Академия, 2004. – 352 с.

2. Веред, В.Т. К вопросу о сохранении метафорического образа в художественном переводе / В.Т. Веред // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. – 2020. – №1. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sohranenii-metaforicheskogo-obraza-v-hudozhestvennom-perevode (дата обращения: 17.10.2022).

3. Евтюгина, А.А. Функциональная стилистика / А.А. Евтюгина. – Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2018. – 75 с.

4. Иванов, Л.К. Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / Л.К. Иванов, А.П. Сковородников, Е.Н. Ширяев. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 119 с.

5. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 310 с.

6. Энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://ru.wikipedia.org/wiki/Фермор,_Патрик_Ли (дата обращения: 15.04.2022).

7. DWDS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.dwds.de/wb/Entwicklungsroman (дата обращения: 15.04.2022).

8. Schröder, C. Allein sein, nicht sprechen / C. Schröder // ZEIT ONLINE [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.zeit.de/kultur/literatur/2022-02/patrick-leigh-fermor-eine-zeit-der-stille (дата обращения: 15.04.2022).

УДК 811.133.1

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СЛОЖНОСОСТАВНЫХ СЛОВ С НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Егорова А. В.
Студент, Оренбургский Государственный Университет, г. Оренбург, ealeksandra797@gmail.com

Научный руководитель: Талалай Татьяна Сергеевна, доцент, доцент* кафедры немецкой филологии и методики преподавания немецкого языка, *Оренбургский Государственный Университет, г. Оренбург

Аннотация. В статье рассматриваются способы перевода сложносоставных слов с немецкого языка на русский, а также то, как образуются подобные слова. Раскрывается тема частотности употребления таких существительных, и почему немецкий язык склонен к образованию сложносоставных слов. Показано, какие части речи участвуют в образовании сложных существительных, за счёт чего они присоединяются друг к другу, и какой артикль получает сложное существительное. В конце статьи подведены итоги того, какой способ перевода самый используемый, а какой можно встретить крайне редко.

Ключевые слова: словообразование, сложносоставные существительные, способы перевода сложных существительных, способы образования сложносоставных существительных.

FEATURES OF THE TRANSLATION OF COMPOUND NOUNS FROM GERMAN INTO RUSSIAN

***Egorova Alexandra Viktorovna, a student, Orenburg State University, Orenburg, email:* ealeksandra797@gmail.com**
Research advisor: Talalay Tatyana Sergeevna, Associate Professor, Associate Professor of the Department of German Philology and German Language Teaching Methods, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. The article discusses the ways of translating compound words from German into Russian, as well as how such words are formed. The theme of the frequency of the use of such nouns is revealed, and why the German language is prone to the formation of compound words. The article also shows which parts of speech are involved in the formation of complex nouns, and how they join each other, and which article receives a complex noun. At the end of the article, the results of which translation method is the most used, and which one can be found extremely rarely, are summarized.

Key words: word formation, compound nouns, ways of translating compound nouns, ways of forming compound nouns.

Словообразование представляет собой довольно обширный пласт для изучения как с точки зрения лексикологии, так и с точки зрения грамматики. Как правило, образование новых слов в языке происходит с помощью различных приставок, суффиксов, а также словосложения. Последнее в большей степени характерно для немецкого языка, нежели чем для русского. Говоря о немецком языке, следует упомянуть, что он крайне богат на составные существительные. Это важная особенность языка представляет сложность при переводе таких существительных на русский язык. Прежде всего это связано с тем, что в русском языке несильно распространено сложение двух и более основ для образования нового слова, в немецком же языке это происходит сплошь и рядом. Но почему немцы так любят нагружать свою речь сложносоставными существительными? Всё дело в том, что

проще сложить несколько основ и образовать новое слово, чем использовать несколько раз подряд родительный падеж, тем самым создавая сложную грамматическую конструкцию. Поэтому немцы, чтобы предотвратить грамматическую перегруженность, стали образовывать сложносоставные слова. Но в русском языке наоборот не принято заниматься словосложением, если можно обойтись грамматикой и с использованием падежей или других средств добиться поставленной задачи.

Также можно заметить, что сложносоставные слова в немецком, как правило, являются существительными и подчиняются тем же грамматическим правилам, что и односложные существительные. Главным компонентом в таких словах становится последнее слово. Именно оно определяет род данного сложно образованного существительного несмотря на то, что слово может состоять не только из двух, но и из трёх основ, например: dieSchleimhautentzündung (воспаление слизистой), dieZahnarztphobie (дентофобия). Также можно даже встретить существительное, образованное из четырёх слов: derSchreibtischdrehstuhl (стул к письменному столу, поворачивающийся по оси).

Прежде чем приступить к переводу сложносоставных существительных, необходимо рассмотреть способы их образования. Они могут образовываться от словосочетаний [3, 2007: 76]:

1. существительногоисуществительного: der Computer + das Spiel = das Computerspiel;
2. прилагательного и существительного: rot + derWein = derRotwein;
3. глаголаисуществительного: trinken + das Wasser = das Trinkwasser;
4. наречияисуществительного: vorwärts + die Bewegung = die Vorwärtsbewegung;
5. местоимения и существительного: all + dieMacht = dieAllmacht;
6. предлога и существительного: vor + derTeil = derVorteil.

Также не лишним будет рассмотреть, каким образом слова, которые образуют сложное существительное, присоединяются друг к другу. Можно выделить два очевидных способа сложения слов – это непосредственное и с помощью соединительных элементов. Непосредственное присоединение подразумевает под собой соединение двух и более слов без дополнительных связок. Например, die Hochschule (hoch + Schule), der Tischtennis (der Tisch + der Tennis), der Zweijahrplan (zwei + das Jahr + der Plan). Второйспособ, наоборот, предполагаетналичиетакихсоединительныхэлементов, как:

-(e)s: die Lebensmittel (das Leben + die Mittel), das Überraschungsei (die Überraschung + das Ei), der Glückspilz (das Glück + der Pilz) die Volksmedizin (das Volk + die Medizin);

-e: der Tragehandel (tragen + der Handel); die Leseanomalie (lesen + die Anomalie);

-er: das Völkerrecht (das Volk + das Recht)

-(e)n: der Küchentisch (die Küche + der Tisch), der Orangensaft (die Orange + der Saft); das Wüstenklima (die Wüste + das Klima).

Существует несколько типов связи между компонентами сложного существительного:

1. Определительная связь (Determinativkomposita) (первый компонент подчинен последнему);
2. Подчинительная связь (Posessivkomposita);
3. Сочинительная связь (Kompulativkomposita), при которой компоненты семантически равноправны.

Исходя из конкретного типа, переводчик выбирает способ перевода этого существительного на русский язык. Н.Л. Гильченок привела довольно удачную классификацию по способам перевода таких слов. Она выделила несколько типов перевода [1, 2009: 103]:

1. Перевод сложным или односложным существительным на русский язык. Особенно часто такой перевод осуществляется с существительными с сочинительной связью [1, 2009: 104].

2. Перевод словосочетанием. В основном, это словосочетание прилагательного или причастия и существительного с определительной связью между компонентами [1, 2009: 106].

3. Перевод словосочетанием с беспредложным родительным падежом. Как правило, такой перевод производится с существительными с подчинительной связью [1, 2009: 108].

4. Перевод предложными конструкциями, который также осуществляется с существительными с подчинительной связью [1, 2009: 109].

5. Перевод с помощью описательной конструкции. Такой способ применяется в тех случаях, когда невозможно подобрать русский эквивалент для немецкого сложного существительного, или когда оно требует более развернутого описания [1, 2009: 113].

Давайте рассмотрим на конкретных примерах, как работают описанные выше способы перевода. Для этого возьмём научные статьи по психологии, из которых позаимствуем немецкие сложносоставные существительные, и посмотрим, каким способом перевода было переведено больше всего слов.

По итогу наибольшее количество слов было переведено словосочетанием в родительном падеже без предлога:

Erfolgspsychologie – психология успешности [3, 2007: 11];

Persönlichkeitsstörung –- расстройство личности [3, 2007: 53];

Lebensfrage – вопрос жизни [4, 2021];

Bedürfnisbefriedigung – удовлетворение потребности [5, 2022];

Verhaltensweisen – формаповедения [5, 2022];

Persönlichkeitseigenschaft – свойстволичности [5, 2022];

Schuldgefühle – чувство вины [4, 2021].

Ещё один часто употребительный способ перевода – это перевод словосочетанием прилагательное + существительное. Например:

Überempfindlichkeit – повышенная чувствительность [5, 2022];

Erwachsenenalter – зрелый возраст [5, 2022];

Extremfall – экстремальный случай [5];

Rückmeldung – обратная связь [4, 2021];

Seelenleben – душевная жизнь [5, 2022];

Wehrpsychologie – военная психология [3, 2007: 28].

Также нередко всё же можно подобрать русский эквивалент к сложному немецкому существительному. Таким способом переводятся следующие существительные:

Selbstverliebtheit – самолюбие [5, 2022];

Einfühlungsvermögen – эмпатия [5, 2022];

Zurückweisung – отвержение [4, 2021];

Schaffenkraft – работоспособность [3, 2007: 27];

Abänderungsstereotzpie – вычурность [4, 2021];

Angepasstheit – адаптированность [5, 2022].

Способ перевода с помощью предложных конструкций используется не так часто, по сравнению с другими, но тем не менее тоже встречается:

Durchsetzungsfähigkeit – способность к реализации [4];

Elternteil – один из родителей [5, 2022].

Наконец, самым редко функционирующим способом является перевод с помощью описательной конструкции.

Rechtfertigungsdruck – давление с целью оправдания [3, 2007: 81];

Psychokampf – психологические методы ведения войны [3, 2007: 77];

По результатам нашего эксперимента хорошо видно, что большинство сложных существительных переводятся на русский язык словосочетанием с беспредложным родительным падежом. Такой способ является наиболее распространенным, потому что

русскоговорящим проще выразить подчинительную связь именно с помощью родительного падежа без предлога. Далее по популярности способа перевода следует перевод словосочетания прилагательного с существительным. Также нередко удаётся подобрать сложные или односложные эквиваленты. Иногда используются предложные конструкции, как ещё один способ перевода, но встретить их можно не часто. Но и самый редко встречающийся способ – это перевод с помощью описательной конструкции. Переводчики всё-таки стараются переводить другими вышеупомянутыми способами, но встречаются такие сложносоставные существительные, к которым невозможно подобрать эквивалент и которые требуют развернутого описания, поэтому переводчики прибегают к данному способу.

Сложносоставные существительные занимают большой пласт в лексиконе немецкого языка, поэтому необходимо знание, как их можно и нужно переводить на русский язык.

Список использованных источников

1. Гильченок Н. Л. Практикум по переводу с немецкого языка на русский: учебное пособие / Н. Л. Гильченок. – Санкт-Петербург : КАРО, 2009. - 368 с.
2. Маркевич В. И. Немецкий язык для психологов = Deutsch für Psychologen [Текст] : практ. пособие для студентов пед. специальностей учреждений высш. образования / В. И. Маркевич, Н. Н. Круглякова, Н. Н. Русак. – Барановичи : РИО БарГУ, 2014. — 74 с.
3. Fleischer W. Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache. − Max Niemeyer Verlag, Tübingen, 2007. – 326 p.
4. PsychologieHeute [Электронный ресурс] – 2021. – Режим доступа: https://www.psychologie-heute.de/leben/artikel-detailansicht/41618-narzissmus.html pdf (дата обращения: 25.10.2022).
5. Spiegel / Psychologie [Электронный ресурс] – 2022. – Режим доступа: https://www.spiegel.de/psychologie/wie-veraendert-man-die-eigene-persoenlichkeit-a-6edbae24-2703-40cb-93de-8ec8f5e251d1 pdf (дата обращения: 25.10.2022).

УДК 811.111

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СЛЕНГА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ НА ПРИМЕРЕ РОМАНА НОРЫ САКАВИЧ «ВСЕ РАДИ ИГРЫ»

Замзина Е. С.

Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, lizlandia@mail.ru

Научный руководитель: Быкова Анастасия Сергеевна, преподаватель кафедры теории и практики перевода, г. Оренбург

Аннотация. Данная статья посвящена выявлению особенностей перевода сленга с английского языка на русский на основе текста перевода трилогии Норы Сакавич «Все ради игры». В ходе написания работы на основе анализа текста романа были выявлены переводческие трансформации, соответствующие переводу данного социального диалекта. При рассмотрении особенностей сленгизмов была установлена специфика их влияния на раскрытие характера и личности персонаже.

Ключевые слова: перевод, сленгизмы, нестандартная речь, сленг, художественный текст.

PECULIARITIES OF ENGLISH-LANGUAGE SLANG INTO RUSSIAN ON THE EXAMPLE OF NORA SAKAVICH'S NOVEL "ALL FOR THE GAME"

Zamzina Elizaveta Sergeevna, student, Orenburg State University, Orenburg, lizlandia@mail.ru

Research advisor: Bykova Anastasia Sergeevna, Lecturer, Department of Translation and Translation Studies, Orenburg

Abstract. This article is devoted to the translation peculiarities of slang from English into Russian, based on the text of the translation of the trilogy written by Nora Sakavich "All for the Game". In the process of writing the work, based on the analysis of the text of the novel, translation transformations were identified that to be appropriate for the translation of this social dialect. When considering the peculiarities of slangisms, the specificity of their influence on the disclosure of the character and personality of the characters, the functions carried out by a real sociolect, were established.

Keywords: translation, slangism, non-standard speech, slang, literary text.

Язык является постоянно изменяющейся, динамической системой, напрямую зависящей от событий, происходящих в том или ином обществе. Эти явления могут приводить к появлению новых реалий, которые будут требовать создания лексических единиц, в достаточной мере описывающих новшество. Но также может произойти противоположная данной ситуация, и подобные изменения в обществе могут потребовать упрощения, сокращения уже существующих наименований. Такие преобразования языка чаще прослеживаются у молодежи, так как она быстрее реагирует на происходящие вокруг события, выражая свое отношение с помощью такого лексического явления как сленг.

Актуальность данной темы заключается в том, что сленг является неотъемлемой частью языка, которая меняется с невероятной скоростью. Одно неформальное выражение заменяется другим, расширяя свое значение или даже получая новое. Особенно это прослеживается при наблюдении за жизненным циклом единиц культурной информации, которые передаются осознанно или неосознанно от одного человека к другому, в любом,

устном или изобразительном виде. Например, два года назад появилась картинка с надписью «чикибамбони», которая не имеет никакого смысла. На ней изображена моделька овцы из игры «Minecraft», а снизу расположена сама подпись. Тем не менее, это не помешало абстрактной картинке приобрести огромную популярность в сети Интернет, при этом приобретая различные деформации. Так как точной информации об источнике данной картинки нет, предполагается, что все началось с овцы под именем «Jeb», которая была убита при прохождении игры популярным иностранным ютубером под ником PewDiePie, после чего в интернете поднялась волна реакций, которая принесла огромное количество подобных картинок по этому поводу. Но само слово «чикибамбони» существовало задолго до появления картинки и имело значение «все круто, классно», являясь синонимом к другому сленговому слову «чики-пуки» и подобным ему. Также в Волгограде существовало кафе с идентичным названием, поэтому появилось предположение, что все это было маркетинговым ходом для привлечения клиентов. На момент написания статьи слово уже не является актуальным.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что сленгизмы могут иметь глубокое значение, которое иногда невозможно понять без контекста и наличия определенных знаний о культуре, что является достаточно серьезной проблемой при переводе, учитывая отсутствие определенных правил и стандартов для перевода сленгизмов и их, зачастую, недолгое существование.

Цель статьи заключается в выявлении возможных переводческих приемов для передачи английского сленга на русский язык.

Объектом исследования выступает роман Норы Сакавич «Все ради игры». Предмет исследования – сленг современного английского языка.

Сленг можно назвать одной из самых неоднозначных частей языка, так как несмотря на огромное количество выдвигаемых определений, ни одно из них не может в достаточной степени охватить все аспекты данного термина. Под определения сленга могут подходить жаргонизмы, разговорные слова, вульгаризмы, диалектные слова, профессионализмы и т.д. Так в «Большом толковом словаре русского языка» даются следующие определения: «1. Речь социально или профессионально обособленной группы; жаргон. 2. Элементы речи, не совпадающие с нормой литературного языка (обычно экспрессивно окрашенные)» [2].

И.Р. Гальперин, рассматривая данную проблему в своей статье «О термине «сленг»», обращается к различным определениям зарубежных лингвистов и выделяет следующую особенность: «многие слова и выражения, квалифицируемые как «слэнг», являются вполне литературными словами – просто неологизмами, чаще всего эмоционально окрашенными, возникающими иногда в связи с кратковременной потребностью выделить какой-нибудь один, в данных условиях ведущий признак предмета. Такие неологизмы могут появляться в разных сферах употребления языка: и в литературном языке, и в живом разговорном, и в жаргонах» [5, 1956].

Сленг – это экспрессивно окрашенные, нестандартные, динамические неологизмы, являющиеся формой разговорной речи, употребляемые различными группами людей.

Отталкиваясь от этого определения, можно сделать вывод о функциях данного социолекта:

1. Обычно разговор между людьми направлен на общение и обмен информацией, сленг представляет собой способ речевого взаимодействия, выполняя в первую очередь коммуникативную функцию.
2. Зачастую присваивая названия новым или уже существующим реалиям, осуществляет номинативную функцию.
3. Использование того или иного сленгизма зависит напрямую от эмоционального состояния говорящего, его субъективного мнения о какой-либо действительности, что подчеркивает его экспрессивную функцию.

4. Выполняя идеологическую функцию, сленг используется различными группами людей, разделяемых по возрастному, профессиональному признакам, по принадлежности к какой-либо субкультуре.

5. Исходя из вышесказанного можно выделить идентификационную функцию сленга, так как благодаря ему человек может определить «своих» людей среди «чужих».

6. Также одной из характерных функций сленга является времясберегающая, так как подобная лексика позволяет выражать свои мысли быстрее, в более краткой форме [4, 2021].

Говоря об особенностях сленга, нужно упомянуть, что он занимает определенную роль в художественном тексте. С помощью сленгизмов автор может подчеркнуть особенности характера персонажа, его возраст, принадлежность к какой-нибудь группе, влияя на отношение читателя к происходящему. Также их употребление делает речь персонажа более выразительной и живой.

Главной задачей переводчика является адекватная передача лексических единиц без потери или искажения смысла, содержащемся в тексте ИЯ. Перевод сленга в таком случае вызывает определенные затруднения, так как зачастую семантические эквиваленты в ПЯ просто отсутствуют. Самым подходящим способом перевода лексем, которые не имеют подходящего аналога является переводческая трансформация.

Учитывая все особенности сленга, для его перевода могут понадобиться как грамматические, так и лексические трансформации: компенсация, модуляция, генерализация, описательный перевод, конкретизация, калькирование, эвфемистический перевод, антонимический перевод.

При анализе текста рассматриваемой книги, можно заметить, что в основном сленг встречается в речи главных героев-подростков и их тренера. Более того, по большей части это именно вульгаризмы и различные оскорбительные выражения. Употребление такой лексики можно объяснить личностями героев, так как они все по большей части являются людьми, столкнувшимися с трудными жизненными ситуациями, на них оказывается сильное давление со стороны общества, которое порицает печально известную команду. Это не говорит о том, что все люди, имеющие трудности в жизни, обязательно употребляют оскорбительную или ненормативную лексику, в данном случае она, скорее, указывает на характеры главных персонажей, закаленных преодолеваемыми трудностями [7].

Говоря о переводе ненормативной лексики, встречающейся в художественном тексте, ее перевод вызывает трудности, так как в отечественном переводоведении отсутствует единая традиция передачи лексики, выходящей за границы литературного языка. Обычно в таких случаях переводчик осуществляет перевод на свое усмотрение. Чаще всего ненормативная лексика передается при помощи одного из самых популярных способов перевода сленга, эвфемистического перевода, когда стилистически окрашенное слово на ИЯ заменяется на более нейтральное в ПЯ. Так, например, в тексте оригинала неоднократно повторяется слово «f**k», «f**koff», которое является вульгарным словом и имеет огромное количество значений и способов употребления. Переводчик не может позволить себе употребление грубой ненормативной лексики при переводе, поэтому прибегает к менее оскорбительным выражениям, например, «пошел ты»: «That’s the second time a recruit has told him to f**koff» – «Ты уже второй новобранец, который послал Кевина на …». Как мы можем заметить, переводчица не только использовала в данном случае эвфемистический перевод, но и произвела изменения на грамматическом уровне, заменяя местоимение «him» на имя одного из главных героев «Кевин», также была осуществлена замена членов предложения вместе со смысловым развитием, что превратило «that’s the second time a recruit…» в «ты уже второй новобранец».

Не менее часто встречается лексема «hell», которая по сравнению с предыдущим примером является менее грубой, но при этом все равно выходит за рамки литературного языка. Данное слово также встречается в большом количестве выражений. «That doesn’t

mean they know specifics. It's not my place to ask, and I'm sure as hell not going to tell them» – «Подробности твоей жизни никого не касаются, а сам я не стану приставать к тебе с расспросами и, уж поверь, не стану трепаться». Мы считаем, что в данном случае переводчику удалось подобрать хороший эквивалент для фразы «I'm sure as hell» в виде слова «трепаться», которое в полной мере подходит по стилистической окраске. Также переводчик объединил два предложения, полностью перестроив первое, но при этом сохранив семантическую эквивалентность. «What the hell did you say to him, Andrew?» – «Эндрю, какой … ты ему там наплел?» Здесь мы можем заметить, что фраза «What the hell…» получила такой же перевод, как и вышеупомянутое слово «f**k», также переводчица прибегнула к конкретизации и нейтральное слово «say» стало более эмоционально окрашенным словом «наплел», что сделало фразу более резкой. «The hell would I want that?» – «Мне-то он на кой?» В данном примере переводчик осуществил эвфемистический перевод и сделал фразу более нейтрально окрашенной, чем в оригинале. Отталкиваясь от характера персонажа, он мог бы сказать более грубую фразу, выражая свое недоумение, поэтому мы считаем, что эту реплику стоило перевести как «На кой черт он мне нужен?».

Также встречается выражение «bull****», еще один вульгаризм, который переводчик переводит как «чушь», «капать на мозги», «гонишь». «Bull****… No one recruits from Millport» – «Чушь… Никто не набирает игроков в Милпорте.» Как и в приведенных выше примерах, для перевода ненормативной лексики переводчик использует эвфемистический перевод.

Также представляет интерес перевод следующего отрывка, представленного в таблице 1:

Таблица 1

Оригинал	**Перевод**
"I don't swing either way", Neil said. "Let's go in". "Bullshit", Nicky said.	– Меня не интересуют ни те, ни другие, – отрезал Нил. – Идемте уже. – Гонишь, – бросил Хэммик.

Помимо эвфемистического перевода, в данном случае переводчик вновь пользуется приемом конкретизации и заменяет «said» на «отрезал» и «бросил», что делает диалог намного живее. Также стоит обратить внимание на перевод идиомы «swing both ways», которая означает «испытывать влечение к обоим полам». Для контекста нужно уточнить, что Ники, в данном случае использовалась его фамилия «Хэммик», чтобы не запутать читателя, так как ранее в переводе перед диалогом упоминалась именно его фамилия, поинтересовался о наличии у Нила романтических отношений и пошутил про то, что если он испытывает влечение к парням, то ему стоит предупредить его заранее. На что Нил ответил ему «I don't swing either way», как нам кажется, был подобран хороший вариант перевода, так как в русском языке отсутствует аналог этой фразы, однако обыгрывается колкость ответа Нила, где он повторяет слова Ника, как бы передразнивая его, потому что ему непонятна причина такого неожиданного и бестактного вопроса.

Также в тексте встречается такое сокращение «BS» от лексемы «bull****». «The ERC called him, probably with more BS about how we haven't publicized our sub yet» – «Позвонили из комитета – скорее всего, опять будут капать на мозги из-за того, что мы до сих пор не объявили о смене состава». В данном случае аббревиатура была переведена с помощью идиомы «капать на мозги», которая хорошо описывает семантическое значение лексемы и имеет примерно такую же эмоциональную окраску.

Также мы рассмотрели примеры перевода отдельно встретившихся сленговых фраз. Например, слово «crash», которое вне контекста имеет нейтральное значение, переводится как «крах, крушение, авария, грохот». В романе оно употребляется во фразе тренера Ваймака: «They crash with Abby, our team nurse» – «Они живут у Эбби, нашего командного медика». Как мы можем увидеть, в контексте обычное слово стало сленговым,

приобретя новое значение «жить». Но на наш взгляд этот вариант перевода не совсем полностью передает значение, так как «crash» обозначает «ночевать, остаться временно ночевать в каком-либо месте». В предложенном переводе создается впечатление, будто команда живет у медсестры на постоянной основе, в то время как они по контексту на самом деле остаются у нее до тех пор, пока не откроется общежитие. Чтобы передать полностью значение, можно добавить слово «сейчас», тогда получится, что «они сейчас живут у Эбби» с намеком на то, что команда остается у нее не навсегда. Также слово «nurse» было переведено более неформальным вариантом «медик», что делает фразу более яркой.

Также в произведении встречаются такие сленговые выражения как «rejects» и «junkies». «The Palmet to State University Foxes were a team of talented rejects and junkies…» – ««Лисы» из университета Пальметто представляли собой сборище талантливых отбросов и беспризорников…». В данном примере при переводе были использованы синонимы «отбросы и беспризорники», что является не совсем корректным переводом, так как сленговое слово «junkie» или «junky» переводится как «наркоман», «наркоша», но в данном случае переводчик решил использовать генерализацию и перевести этот сленгизм с помощью более общего термина «отбросы», который больше подходит по значению «rejects», как и слово «беспризорники». Мы хотим отметить, что такой выбор не полностью соотносится с описанной действительностью, так как в дальнейшем один из персонажей в открытую будет употреблять наркотические вещества.

В романе использовалось сленговое название мужских маек «wifebeater», которое имеет синонимы «undershirt, singlet». В этом случае переводчик подобрал удачный эквивалент «майка-алкоголичка», который также является неформальным выражением и в полной мере передает семантическое значение этой лексемы.

Также в тексте оригинала была употреблена интересная игра слов, которая звучит как «tweedle-dumb». В английском языке существует выражение «Tweedledum and Tweedledee», которую употребляют, когда речь идет о двух одинаково выглядящих человека или предмета. Само оскорбление было направлено на брата близнецов, в чем и заключается весь каламбур. Ее перевели как «тупица», из-за чего шуточная составляющая была потеряна, но при этом было передано значение слова.

Таким образом, для адекватного перевода сленга нужно, в первую очередь, обращать внимание на контекст употребления, возраст, принадлежность к какой-либо группе, характерные особенности персонажа. Главной задачей является нахождение семантически равных языковых единиц, которые смогут передать не только значение, но и стилистическую окраску лексемы. Для этого необходимо знать значение сленговых выражений в исходном языке, при этом иметь достаточные знания о сленге в переводящем языке.

Список литературы

1. Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс] / гл. ред. С. А. Кузнецов. – Электрон.дан.. – Режим доступа: https://gufo.me/dict/kuznetsov/%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B3 (дата обращения: 23.10.2022)

2. Вензель А. Е. Способы перевода молодежного сленга современного английского языка на русский на примере видеоматериала телесериала “Misfits” / А. Е. Вензель // Проблемы современной науки и образования. – 2016. – №15 (57). – С. 83-85.

3. Газималикова С. А. Особенности перевода молодежного сленга / С. А. Газималикова, Т. И. Рагимханова // Научные междисциплинарные исследования. – 2021. – №5. – С. 183-190.

4. Гальперин И. Р. О термине «Слэнг» / И. Р. Гальперин // Вопросы языкознания. – Электрон.дан. – Москва: 1956 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vja.ruslang.ru/archive/1956-6.pdf (дата обращения: 23.10.2022)

5. Набиуллина Е. Э. Методы перевода молодежного сленга английского языка в британском и американском вариантах на примере современных сериалов / Е. Э. Набиуллина // TerraLinguae. – 2017. – №3. – С. 172-178.

6. Николаева Е. С. Особенности перевода сленга в современной художественной литературе (на материале английского и русского языков) /Е. С. Николаева, Е. В. Подольцева // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. – 2020. – №8 (64). – С. 78-85.

УДК 81’26

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ТЕКСТОВ

Квескис М. М.
Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, kveskism@mail.ru

Научный руководитель: Андреева Елена Дамировна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой теории и практики перевода, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. Статья посвящена анализу научно-популярного подстиля. Рассматриваются особенности стилистики, признаки, по которым можно отличить научно-популярный текст от научного. Описываются композиционные особенности построения текста научно-популярного жанра. Приводятся примеры, но основе которых проводится анализ и дальнейшее выявление проблем перевода текста. Исследуется сам перевод терминологии научно-популярного жанра текста. Были выявлены все подходящие способы перевода терминов на основе примеров из рассматриваемого текста.

Ключевые слова: научно-популярниый подстиль, анализ, научный стиль, проблемы перевода, терминология.

FEATURES OF TRANSLATION OF POPULAR SCIENCE TEXTS

Kveskis Maria Mikhailovna, undergraduate student, Orenburg State University, Orenburg, kveskism@mail.ru

Research advisor: Andreeva Elena Damirovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Translation and Translation Studies, Orenburg State University, Orenburg

Annotation. The article is devoted to the analysis of the popular science substyle. The features of stylistics, signs by which it is possible to distinguish a popular science text from a scientific one are considered. The compositional features of the construction of the text of the popular science genre are described. Examples are given on the basis of which the analysis and further identification of text translation problems are carried out. The translation of the terminology of the popular science genre is carried out in the text. All suitable ways of translating terms were identified based on examples from the text under consideration.

Keywords: popular science sub-style, analysis, scientific style, translation problems, terminology.

Как общество мы достаточно далеко продвинулись в изучении мира и того, как он устроен, но как индивид, отдельно от этого общества, человек знает намного меньше, чем ему хотелось бы. Все-таки, невозможно знать все, любые открытия, которые сделал человек. Но, несмотря на это, в наше время все больше людей стремятся к совершенству, изучают мир вокруг себя и пытаются впитать как можно больше знаний. И здесь нам приходит на помощь научно-популярный жанр.

Научный стиль – это стиль, с помощью которого передаются научные знания. Такой стиль используется в написании учебников, научных статей, рефератов и т.д. Популяризация же является «переводом» узконаправленного текста научного профиля для более широкой аудитории. И на стыке этих двух задач формируется научно-популярный подстиль.

Научно-популярный подстиль является подстилем, с помощью которого автор передает информацию рецептору более понятным и простым способом, то есть это изложение информации для аудитории, заранее не подготовленной к ее изучению. Это можно сравнить с обучением школьников из начальных классов. Мы преподносим информацию на понятном им языке, не используя мудреные речевые обороты и сложные слова, но в то же время даем им новые знания, рассказываем что-то им ранее неизвестное. Научно-популярный подстиль очень востребован среди людей, которые, возможно, решили впервые взяться за изучение какой-то ранее им незнакомой темы, или же для более ее глубокого понимания. По сути, это некий способ распространение текста.

На самом деле, сам научно-популярный подстиль может включать в себя и другие стили (хоть они не поглощают все произведение полностью), будь то приключения («Охотники за микробами» Поля де Крюи), или драма («Шестое массовое вымирание» Элизабет Колберт), суть остается одна – ознакомление получателя с новой информацией. Это лишь означает, что этот жанр может встретиться буквально в любой литературе, у которой основная цель – это расширить ваш кругозор.

Научно-популярный текст содержит большой объем когнитивной информации и средств, передающих эту информацию, схожих с диапазоном средств, использующихся в тексте научного стиля: термины; плотность информации (которая значительно ниже); средства, поддерживающие объективность и логичность следования изложения (пассивные конструкции, безличные и неопределенно-личные предложения, преобладание глаголов настоящего времени, безличная семантика подлежащего); нейтральная письменная литературная речь. Диапазон средств, которые помогают передать когнитивную информацию, сужается, а спектр всех признаков, которые более распространены в научно-популярном подстиле, связанных с коммуникативным заданием, то есть заинтересовать читателя, увеличивается.

Признаков научно-популярного подстиля много, но основные признаки связаны с подачей информации и ее изложения:

– упрощение слов («жилищные комплексы» заменяются на «дома»);

– объяснение сложных терминов;

– использование образных средств для подачи идеи (это могут быть метафоры, сравнения);

– использование разговорной лексики (жаргонизмы или сокращение слов).

Также используется повествование от первого лица и лексика с эмоционально-оценочной коннотацией.

Основной признак – автор высказывает свою точку зрения и то, как он понимает предмет, на тему которого рассуждает.

Также можно отметить изменения на морфологическом уровне:

– детализация информации с помощью качественных и относительных прилагательных;

– использование как глаголов, имеющих непроявленное или абстрактное лексическое значение, так и глаголов, выражающих конкретные действия в разных временах;

– ведение диалога с читателем с помощью глаголов повелительной формы.

В данной статье приведен анализ видео с канала «Физтех Science» на платформе Youtube. Само видео называется «Хитрые мозги: Часть 1 (Физтех.Science #25)». Как уже упоминалось ранее, в тексте часто встречается разговорная лексика.

Вот несколько примеров:

неужели вот все ок

думать – это реально сложно

лично мне как-то кажется

мы не особо запариваемся и для нас как-то, ну, что-то типа норм

Во всех этих примерах автор использует лексику, которая бы нам никогда не попалась в научном стиле. По сути, он будто бы ведет дружескую беседу с читателем и не обращает внимания на свою речь.

Также ярким примером может послужить и это высказывание:

основные ошибки возникают на следующих уровнях принятия решений: с адекватным выбором у нас беда, и умозаключение (ах, эти бесконечные самокопания и поиск первопричин своим почемучкам), и вынесение суждения, ну это классическая история про то, что все вокруг неправы, ну, а мы молодцы.

Теперь подробно разберем еще один важный признак научно-популярного жанра – объяснение сложных терминов. В исходном тексте автор очень оригинально пытается преподнести нам трудную для понимания информацию. В примерах «*первая система – это наш автопилот, некая установка по умолчанию*» и «*вторая система – сознательная, медленная, последовательная и более энергозатратная – это так называемое, всем хорошо знакомое рациональное мышление*» автор поясняет всем на более простом языке, что же такое термины, к которым он обращается. Многие слушатели могут не знать, что же такое «автопилот» или «рациональное мышление», поэтому самый лучший способ донести до слушателя идею – подробно объяснить, что же это такое. В тексте встречается еще много таких «простых» объяснений:

вы будете удивлены, но центральный процессор нашей центральной нервной системы, то есть мозг

Это эффект фрейминга. Суть в том, что мы по-разному воспринимаем одинаковый выбор в зависимости от того, как нам о нем сообщают информацию.

Бывают и объяснения, при которых читателю придется задуматься и внимательно слушать автора, потому что с первого раза понять будет не просто:

систематическая ошибка выжившего – это ошибка, при которой вывод о чем-то делается только на основании информации от одной группы людей, а информацию от другой группы нам узнать не представляется возможным.

Во многих случаях автор умело объединяет несколько признаков в одном предложении, и создается впечатление, что монолог, который вы слушаете, на самом деле является ответом на вопрос, который вы задали вашему другу:

дело в том, что возможности нашего организма ограничены: мы не можем летать, дышать под водой, ну или там отжиматься несколько тысяч раз за несколько часов. Точно также и с мышлением: думать постоянно всегда и везде – это попросту невозможно, это ограничение заложено в нас природой. Дело в том, что мыслительный процесс – штука довольно энергозатратная, а система нашего организма всегда стремится минимизировать энергопотери.

апелляция к авторитету, ну, знаете как это бывает, типа, дружище, но ты ни в чем не виноват, ну ты все делал правильно, но кто ж знал, что твой руководитель, ну вот, что он окажется…таким.

Здесь автор упоминает сложные термины, но и использует лексику, которая понятна каждому человеку. Тем самым автор пытается создать такую обстановку, чтобы слушатель не сильно задействовал свою мозговую деятельность, а мог спокойно сесть, послушать и сделать выводы для себя.

Сама подача текста у автора очень размеренная, спокойная, но в некоторых моментах автор эмоционально может отреагировать на изложенный им факт, тем самым показывая слушателю, как сильно его интересует данный вопрос. Много риторических вопросов, чтобы заинтересовать слушателя. Практически все предложения построены по одной схеме: факт – объяснение – пример, или же можно поменять местами первый и последний элементы формулы, суть не поменяется. Это действенный способ передачи новой информации. Когда мы что-то учим, то сначала мы читаем, пытаемся вникнуть в материал, в голове у нас строится схема, по которой мы более четко понимаем вопрос, а потом применяем эти знания на деле.

В силу этих особенностей перевод текста такого формата затруднителен. Когда в тексте встречается много «отсебятины», сложно построить логическую цепочку и выстроить предложение, которое будет хорошо звучать, которое передаст всю информацию, и в то же время покажет особенности речи и необычный стиль подачи автора. Но в этом есть и своего рода плюсы. Во-первых, в научно-популярном жанре мало сложных конструкций и непонятных слов. Во-вторых, плотность информации намного ниже, что только упрощает задачу. В тексте научно-популярного жанра конструкция предложений хоть и простая, но приемов, которые требуются для передачи коммуникативной задачи развлечения аудитории, большое количество.

Если рассматривать перевод такого текста с точки зрения научного стиля, то к нему добавляются особые трудности, которые сильно отличают такой текст от текста любого другого стиля. Как уже упоминалось ранее, в данном тексте присутствует много терминов, поэтому необходимо найти определенный подход или стратегию для адекватного перевода такого рода единиц. Есть множество способов, которыми переводчик мог бы воспользоваться, но основные средства это: подбор эквивалента, заимствование, семантическое калькирование, структурное калькирование, описание. При эквивалентном способе перевода мы ищем похожий или устоявшийся перевод термина на переводимом языке. В заимствовании же переводчик подбирает схожий по семантике термин, или же сам его создает. В таком случае заимствование используется, только если новый термин с пояснением к нему впервые появляется в тексте на переводящем языке и без него структура документа теряет заложенный смысл.

При семантическом калькировании автор необходимо учесть оригинальную структуру термина в тексте и выполнить перевод в соответствии с нормами структуры языка перевода. Семантика терминологии обоих языков же остается нетронутой. Такой тип перевода часто применяется в точных или технических науках для описания сложной по структуре терминологии. Структурное калькирование – заимствование структуры переводимого словосочетания или предложения в переводимом и исходном языках. Такой поэлементный перевод применяется для единиц.усложненных по составу. При таком способе каждый элемент языка оригинала переводится отдельно, что приводит к своеобразной, или непривычной для читателя, структуре предложения. После калькирования, одна часть заимствованных структурных элементов фиксируется в тексте уже переведенном, а другая следом располагается изолированно. В таком случае такую кальку можно назвать по-своему «чужой». Еще один часто используемый прием – описание. При таком способе перевода терминологии переводчик использует описательные методы, с помощью которых передает основной смысл термина. В тексте, который мы разбирали выше, такой способ бы подошел лучше всего, так как присутствует множество терминов, которые, возможно, если и встречаются в переводящем языке, то не очень распространены и популярны среди читателей. Лучшим методом для описательного перевода будет использование описательных конструкций, подчеркивающих основную идею и смысл термина.

В нашем тексте встречались такие термины, которые являются дословным переводом с английского языка на русский, а также составные термины. Например, термин «эффект фрейминга» по сути можно перевести как «the framing effect». В нашем случае используется семантическое калькирование, так как на английском языке нет других схожих слов или словосочетаний, которые бы подошли намного лучше для перевода данного термина. При переводе термина «рациональное мышление» мы можем привести эквивалент и использовать уже устоявшийся перевод этого слова – rationality. В тексте также можно найти множество терминов, названных в честь ученых, открывших эти явления, к примеру, термин «эффект Баадера-Майнхоф» которые будут переводиться с использованием транслитерации «theBaader-Meinhof effect».

Таким образом, мы приходим к выводу, что, так как научно-популярный текст рассчитан на широкую аудиторию читателей, то переводчику следует сделать перевод

максимально доступным, ясным и понятным для читателя на языке перевода, а также сохранить стилистическую направленность. Научно-популярный жанр имеет свои особенности, которые нужно учитывать для успешного и, самое главное, адекватного перевода текста.

Список использованных источников

1. Испирян А.В. Использование особенностей научно-популярного текста в обучении иностранному языку / А.В. Испирян // Лингвистика и методика в высшей школе. Выпуск 2 / В.С. Истомин (отв.ред.) [и др.]. – Гродно: Гродненская типография, 2010. С. 177-181.
2. Комарова А.И. Соотношение языковых и понятийных элементов в научных текстах / А.И. Комарова, А.А. Липгарт // Терминоведение / Под ред. В.А. Татаринова. - М., 1993. С. 24-30.
3. Комиссаров В.Н. Общая теория перевода / В.Н. Комиссаров. – М.: ЧеРо, 2000. – 136 с.
4. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение / В.Н. Комиссаров. М.: ЭТС, 2004. – 407 с.
5. Рейман Е.А. О нетерминологической лексике научных текстов / Е.А. Рейман // Особенности стиля научного изложения. – М.: Наука, 1976. С. 45-51.
6. Троянская Е. С. Обучение чтению научной литературы: в помощь преподавателю иностр. яз. / Е. С. Троянская ; ред. М. Я. Цвиллинг ; Академия наук СССР, Кафедра иностранных языков. - Москва : Наука, 1989. – 271 с.
7. Хитрые мозги: Часть 1 (Физтех.Science #25) https://www.youtube.com/watch?v=tVzrg2szSic

УДК 81’255

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПЕСЕН ИЗ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ

Клюканова С. А.
Студент, Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти,
swetlyachok51@gmail.com

Научный руководитель: Малявина Анна Николаевна, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики перевода Тольяттинского государственного университета, г. Тольятти

Аннотация. В мультипликационном произведении музыка это не только средство украшения, но и сюжетообразующий элемент, а также инструмент понимания драматической стороны мультфильма. Песенный текст схож с поэзией как жанром литературы, однако эти тексты имеют отличия, которые обусловливают применение разных способов и методов их перевода. Для песен часто используется эквиритмический перевод, который обращает внимание на ритм, форму, стиль, мелодию, содержание песни, а также учитывает возможности дальнейшего липсинка при дублировании.

Ключевые слова: песни, мультипликационные фильмы, аудиовизуальное произведение, аудиовизуальный перевод, сложности перевода.

INVESTIGATING THE TRANSLATION OF SONGS IN ANIMATED FILMS

Klyukanova Svetlana Alekseevna, student, Togliatti State University, Togliatti,
swetlyachok51@gmail.com

Research advisor: Malyavina Anna Nikolaevna, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Theory and Practice of Translation Department, Togliatti State University, Togliatti

Abstract. Music in animated films is a means of decoration as well as a plot-forming element and a tool for understanding drama content of a cartoon. Lyrics are similar with poetry as literary genre but these texts have differences which condition the usage of different ways and methods of translating. Equirhythmic translation is often used for song translation because its focus is on rhythm, form, style, melody, contents of lyrics and it considers the lip sync possibility in dubbing.

Key words: songs, animated films, audiovisual text, audiovisual translation, challenges of translation.

Музыка и песня являются неоспоримыми элементами как бытовой культуры, так и искусства: в рекламных сообщениях используют узнаваемые мелодии и легкие рифмованные строки, чтобы покупатели крепче запомнили название товара или услуги; в индустрии развлечений исполнители музыкальных хитов оказывают влияние на вкусовые предпочтения, а иногда и образ жизни целых поколений; в кино невозможно представить фильм ужасов без зловещего звукового сопровождения, а полнометражные анимационные картины немыслимы без музыкальных номеров, имеющих отличную от остального мультфильма стилистику и оформленные как клип.

Мультипликационные фильмы смотрят всей семьей, а песни из них давно стали отдельным видом музыкального искусства: их выпускают в виде синглов и видеоклипов, на них делают каверы, их переводят на разные языки мира как профессиональные

переводчики, занимающиеся аудиовизуальным переводом, так и любители, желающие продемонстрировать результаты собственного творчества.

В рамках данной работы мы предприняли попытку выявить трудности перевода песенных текстов, функционирующих в рамках мультипликационных фильмов, взяв в качестве материала исследования тексты песен из мультфильмов «Энканто», «Рапунцель: Запутанная история», «Холодное сердце» на английском и русском языках.

Говоря об аудиовизуальных произведениях для детей и роли песен в них, отметим, чтопри создании мультипликационных фильмов музыкальная составляющая занимает почетное место, потому что является отличным и универсальным способом привлечения внимания как взрослого зрителя, так и ребёнка.

Песни в структуре мультфильма выполняют разные роли: они могут 1) разворачивать сюжетную линию фильма, 2) обозначать внутренний монолог персонажа (чаще всего главного), который дополняет картину, проясняя мысли, переживания или мотивы героя, 3) помогать понять то, что произошло или будет происходить, 4) служить фоновым заполнением в те моменты, когда на экране происходят действия, не сопровождающиеся репликами, диалогами или монологами. Кроме того, песни входят в мультфильм как «внешний» орнаментальный элемент, создающий определённое настроение у зрителя-слушателя, например в случаях, когда герой идёт по улице и напевает какую-то мелодию.

Т.К. Егорова выделяет основные функции песен, в числе которых для нас важными являются иллюстративная и комментаторская, поскольку они характерны для мультфильмов. В содружестве друг с другом они подтверждают и подчёркивают то, что изображается на экране, эмоционально усиливают воздействие художественного образа благодаря синхронизации с кадром мультипликации, не нарушая целостности содержания [1, 2014].

Перевод песенного текста в мультфильмах – достаточно кропотливая и сложная, но при этом творческая работа. Выделяют два основных варианта такого перевода: дублирование и субтитрирование, первому из которых отдается предпочтение.

Дублирование является видом перевода, который заключается в полной замене речи на иностранном языке в аудиовизуальном произведении на речь той страны, где планируется прокат. Для дублирования подбираются голоса актёров озвучивания согласно возрасту, голосу, а также темпераменту персонажей, которых им предстоит «оживить». При полном дублировании в переводе обязательна синхронизация мимики при артикуляции (липсинк), поэтому переводчику приходится создавать текст практически заново с целью синхронизации звуков с движением губ. Дублируя песню, важно сохранить возможность её вокального воспроизведения (singability), обусловленную характеристиками текста перевода, предназначенного для исполнения. Переводчики постоянно сталкиваются с определёнными проблемами из-за необходимости учитывать музыкальные факторы, когда пытаются создавать тексты, которые можно будет петь (singable translation) [6, 2008: 373–399].

В аудиовизуальном произведении песня при переводе имеет ряд ограничений, связанных с тем, что слова, музыка и картинка фильма представляют собой симбиоз и каждый элемент которого оказывает определённое влияние на процесс перевода и исходный вариант. Проблема перевода, в частности, в мультфильмах, выделяется среди прочих по ряду причин.Во-первых, из-за достаточно недавнего начала изучения адаптации таких текстов существует ещё не так много исследований, а свод правил еще не разработан. Во-вторых, перевод произведений, относящихся к массовой культуре, оказывает немалое влияние на взаимодействие отдельных культур и наций. В-третьих, переводчик сталкивается с проблемой рифмы, поскольку фонетическая организация языка оригинала и языка перевода отличается и практически невозможно достичь полной эквивалентности в структуре рифм. Чтобы перевод оказался успешным, в случае, когда текст с переводимого языка имеет шаблонную форму, не обязательно сохранять

идентичную схему [3, 2010: 1–6]. В-четвёртых,появляется проблема ритма, обусловленная количеством слогов в строке, длиной строки и ударением. Для сохранения ритма нужно, чтобы каждая строка обладала одним и тем же количеством слогов. П. Лоу предлагает, что в моментах, когда в тексте перевода недостаточно слогов, следует добавить, повторить подходящее слово, возможно фразу или убрать некоторое количество музыкальных тактов. Помимо указанного, переводчику необходимо следить за длиной гласных и ролью согласных как в тексте перевода, так и в переводящем, чтобы не выйти за границы длительности мелодии [7, 2013: 229–244]. Другой способ представляется сначала в определении ударных слогов в тексте оригинала, а после в выполнении перевода с идентичными ударениями.

Трудность перевода песен в мультфильмах обуславливается выбором между двумя основными видами перевода – художественного и поэтического. Т. А. Казакова пишет, что «художественный перевод представляет собой инокультурное подобие исходного художественного текста, отвечающее литературно-коммуникативным требованиям и представлениям общества на определённом историческом этапе» [4, 202: 39]. Такой вид перевода на высоком уровне передаёт суть и основные данные с языка оригинала, при этом только он может выражать эмоциональность, форму и настроение песни. При выполнении перевода важным является сохранение между ними баланса. Отсюда можно сделать вывод, что для выполнения данной задачи следует использовать эквиритмический перевод.

«Эквиритмический перевод – перевод стихов, выполненный с сохранением стихотворного размера (числа слогов, ударений, по возможности деления на слова). Необходимость в таком переводе возникает в случае, если переводится текст песни для исполнения на другом языке» [2, 2018: 53–54].

Основная его сложность заключается в большом объёме существующих ограничений. К ним относятся такие необходимые пункты, как:

– сохранение ритма оригинала;
– соблюдение одинакового числа слогов оригинала и перевода;
– сохранение вложенного изначально смысла;
– использование подходящих стилистических средств, также соблюдение использования верных коннотаций лексем;
– проверка текста на благозвучие во время исполнения.

В итоге мы имеет то, что при переводе важно подобрать правильные трансформации, которые позволять «уложить» переведённый песенный текст в ритм с теми же акцентами на уже имеющуюся мелодию. Помимо всего прочего, полученный текст должен обладать возможностью лёгкого «пропевания» (singability).

Другой вид перевода – это субтитрирование, то есть текстовое сопровождение изображения кинокартины внизу экрана, при котором передаётся основное содержание текста.

Эти две описанные формы перевода обладают различными целями при переводе песен, имеющихся в кинофильмах. Если песня переводится (субтитрируется) как компонент мюзикла, то её главная цель состоит, чтобы реципиент произведения понимал, о чём говорится в тексте, написанном на другом языке, ввиду того, что в таком жанре песня нередко представляет собой часть диалога [5, 2014]. Отсюда можно сделать вывод, что пользуясь методом субтитрирования, позволено опустить элементы просодики, к которым относятся рифма и ритм, из-за того, что в обычном случае они не играют роли в процессе понимания смысла саундтрека реципиентом. Если перевод осуществляется посредством дублирования, тогда ситуация складывается противоположным образом и важно, чтобы песню мог исполнить актёр озвучивания. Кроме этого, нельзя забывать о семиотической части музыкального произведения, ведь песня часто играет свою роль для сюжета анимационного фильма.

П. Лоу пишет о трёх подходах к переводу песен: перевод, аранжировка, замещающий текст. В первом случае такой текст будет обладать высокой семантической точностью; во втором, степень эквивалентности уменьшается засчёт преднамеренных отклонений от оригинала текста и, соответственно, изменений в тексте трансляте. В третьем варианте такой текст понимается как песенный текст, который написали для уже имеющейся мелодии, однако он не передаёт семантическую ценность, заложенную в первоначальный текст [7, 2013: 229–244]. При переводе песен в мультипликационных фильмах самым выигрышным является первый подход, а именно «перевод», поскольку он может обеспечить сохранение всех деталей трека, его текст и мелодию.

Однако для переводчика появляется трудность. Й. Франзон отмечает, что переводящий должен быть музыкально грамотен и иметь достаточно обширное понимания переводящей культуры, поэтому переводом песен чаще всего занимаются не профессиональные переводчики, а поэты-песенники, певцы, драматурги или специалисты оперного искусства [6, 2008: 373–399]. Й. Франзон учитывает, что в песне есть три составляющие, которые включают в себя текст, музыку и предполагаемое исполнение, а музыка в свою очередь имеет мелодию, гармонию и музыкальный смысл, и поэтому он выделяет пять вариантов работы с переводом песни:

– песня остаётся непереведённая,
– переводится текст песни без учёта музыкальной части,
– к оригинальной музыке пишется заново текст, не имеющий отношения к исходному,
– переводится текст и к нему адаптируется музыка,
– адаптируется перевод текста к оригинальной музыке [6, 2008: 373–399].

Опираясь на данную классификацию, переводчику нужно определить роль песни в контексте мультфильма и выбрать один способов перевода. Такое конкретное деление на взаимоисключающие варианты возможно в теории, на практике, на наш взгляд, переводчики выбирают синкретический подход.

Переводя песенные тексты из мультфильмов нельзя оставлять без внимания основного реципиента, имеющего в основном возраст от 0+ до 12+. Если песня не переводится, то будет утеряна часть смысла картины, так как ребёнок не владеет иностранным языком, что с большой долей вероятности нарушит целостность мультфильма и ослабит зрительский интерес. Такой метод актуален лишь в тех случаях, когда содержание песни не имеет большого значения в рамках мультфильма или если зритель-слушатель понимает исходный язык.

Исходя из вышеописанных особенностей аудиовизуальных произведений и перевода текстов песен, можно выделить пять «осложнений», которые важно учитывать переводящему:

– передача заложенного смысла;
– наложение на существующую мелодию с возможностью лёгкого пропевания;
– понятная для ребёнка речь;
– благозвучие текста;
– совпадение с визуальным рядом и «укладка текста в губы».

Среди них наложение на мелодию является одним из самых важных, ведь из-за пренебрежения этим пунктом наслаждение от восприятия музыкальной композиции на слух будет утеряно и может испортиться впечатление от песни и мультфильма в целом. Факторами, занимающими вторую позицию из всех вышеперечисленных, которые необходимо соблюдать, являются верная передача идеи, помещенной в слова, и речь, которую может понять и осознать главный реципиент мультфильма – ребёнок.

Для того чтобы выявить сложности, с которыми переводчикам приходиться встречаться при переводе песен в аудиовизуальных произведениях, был проведён

сопоставительный анализ оригинальных текстов песен трёх мультфильмов компании «Дисней» с их официальными переводами, использованными в русском кинопрокате.

Пример 1. *«I'm the strong one / I'm not nervous / I'm as tough as the crust of the earth is» . – «Словно глыба, я спокойна / Никогда не бывает мне больно».* Этими словами начинается песня Surface Pressure (На самом деле) из мультфильма «Энканто». В видеоряде показана Луиза, подбрасывающая валун, который после приземляется на её голову и разбивается, при этом девушке не больно и с ней всё в порядке. Если этот фрагмент переводили бы дословно, то он выглядел бы так: «Я самая сильная / Я не нервничаю / Я такая крепкая, как земная кора». В таком случае вложенный смысл был бы передан понятным для ребёнка способом, но слова не легли бы в губы персонажу, а также не уложились бы в мелодию, что является непременным условием для возможности вокального исполнения песни. Кроме того, решение переводчика указать на то, что Луизе не больно от упавшего камня подтверждается тем, что происходит на экране. Можно сказать, что переводящий смог справиться со всеми сложностями и выполнил качественную адаптацию.

Пример 2. *Was Hercules ever like "Yo, I don't wanna fight Cerberus". – А мог ли Геракл сказать: «Подвиги мне надоели»?* В английской версии упомянут конкретный подвиг Геракла, когда он победил Цербера, но в переводе это предложение генерализировано. Поскольку слово «Цербер» не укладывался в ритм, эстетика фонетической стороны самого слова не подходит в рамках данной песни, поэтому был использован вариант, при котором просто упоминается подвиг как действие. Визуальный ряд мультфильма при этом демонстрирует, от какого именно подвига хотел бы отказаться Геракл, если бы мог. «Подвиги мне надоели» – это удачное решение, хотя тут не упоминается трёхглавая собака, но мы знаем, что битва с псом – это одиннадцатый из двенадцати подвигов Геракла, значит, герой уже мог пресытиться собственными поступками. В данном случае для сохранения ритма песни пришлось пренебречь синхронизацией текста и картинки, однако остальные пункты были выполнены.

Для того чтобы разрешить трудности, с которыми переводчик столкнулся, работая над музыкальным произведением в составе мультфильма, появляется необходимость использовать приёмы адаптации, самым частотным из которых является модуляция, так как она позволяет передать смысл оригинала, благодаря логическому выведению значения из исходного материала, через замену лексической единицы в языке перевода. Однако только этим трансформации не ограничиваются. Так, в мультфильме «Рапунцель» в песне Motherknowsbest (Мама умней) поётся:

Пример 3. *Mother knows best / Take it from your mumsy / On your own, you won't survive / Sloppy, underdressed / Immature, clumsy / Please, they'll eat you up alive. – Мама умней, я ж твоя подружка / Там одна ты пропадёшь. / Ножки пожалей, милая простушка / Брось! И дня не проведёшь!*

Если переводить дословно, то получается текст, у которого отсутствует возможность пропевания, так как он не укладывается в музыкальный такт. По этой причине автор перевода использует ряд трансформаций, которые позволяют вместить слова в мелодию. Четыре прилагательных в английском тексте не могут остаться прилагательными в русском, потому что в переводе из-за длины слов и большего количества слогов невозможно соблюсти существующий ритм песни: «неряшливая, легко одетая, незрелая, неуклюжая». Чтобы решить эту трудность, переводчик выносит заложенную в словах идею и создаёт новый словесный образ на другом языке. Получившийся вариант считается адекватным, поскольку во время эквиритмического перевода учтены все имеющиеся особенности, а также учтены особенности песни в рамках анимационного произведения. Кроме того, важно отметить, что фраза «ножки пожалей, милая простушка» поддерживается картинкой, на которой мама Готель наклоняет зеркало, в котором отражается Рапунцель, и в этом отражении можно увидеть босые ноги девушки, ничем не примечательное, простое и лёгкое платье. Если Рапунцель

выйдет в таком виде из башни, которая находится в лесу, то её ноги могут пострадать из-за камней, веток, что лежат на земле.

Анализируя тексты песен из мультфильма «Холодное сердце», мы заметили ряд случаев, когда переводчик столкнулся со сложностями перевода песен. Так, например, впесне Do you want to build a snowman? (Заокномужесугробы) мыслышим:

Пример 4. *Do you want to build a snowman? / Or ride our bike around the hall? / I think some company is overdue… / I've started talking to / The pictures on the walls. – За окном уже сугробы, / А у меня велосипед, / От скуки я уже с ума схожу / И часто говорю с картиной на стене.*

В данной ситуации, соотнося слова и картинку, можно увидеть, что Анна активно двигается и артикуляция прослеживается не так явно, потому липсинк не является большой проблемой. Проанализировав слова оригинала, мы видим, что сначала Анна предлагает Эльзе слепить снеговика. Данное выражение «*do you want to build a snowman*» является эмоционально тяжёлым для Эльзы, потому что так Анна звала сестру играть, в том числе в тот раз, когда Эльза случайно ранила ею своей магией, а троллям пришлось стереть ей память о магии старшей сестры, чтобы спасти от замерзания и смерти. Отсюда можно сделать вывод, что эту фразу важно сохранить, так как она играет большую роль в отношениях между Анной и Эльзой, а позже появится второстепенный герой снеговик, которого во время игр Эльза всегда называла Олафом. В это же время в переводе вопрос про снеговика не сохраняется, а заменяется на нейтральное «за окном уже сугробы», что подразумевает возможность построить снеговика, но всё-таки не передаёт заложенного изначально смысла.

В следующей строчке в качестве альтернативного занятия Анна предлагает покататься по замку на велосипеде. В русском языке эта часть звучит непонятно. При первом просмотре мультфильма, после фразы «а у меня велосипед», сложилось впечатление, что Анна хвастается наличием такой игрушки и возможностью на ней покататься, ведь Эльза практически не выходит из своей комнаты и не развлекается. Но такое понимание не совпадает с тем, какие отношения между девочками были показаны зрителям в начале мультфильма. В данном случае информация про снег и велосипед передана и частично подкрепляется изображением, но при этом общий смысл этого фрагмента остаётся непонятным.

В качестве решения можно сохранить смысл предложения Анны и перестроить текст, укладывая в ритм мелодии и губы персонажа. Например: «Снеговика давай построим, / Велосипед нас ждёт давно» или «Снеговика давай построим, / Давай прокатимся с тобой» и чтобы сохранить рифму в строфе продолжение может звучат так: «От скуки я уже с ума схожу / С картиной на стене я часто говорю».

В другой песне «Love is an open door» («Это моя любовь») Ханс и Анна поют о любви с первого взгляда. В одном фрагменте они стоят на фоне часов и синхронно двигаются, изображая роботов или работу часов.

Пример 5. *Our mental synchronization / Can have but one explanation / You– / And I– / Were – / Jus t– / Meant to be! – У этого совпадения есть лишь одно объяснение, / Мы– / С тобой– / Друг– / Друга– / Нашли.* Калькированный перевод не позволил бы песне иметь возможность пропевания, поскольку из-за словосочетания «ментальная/умственная синхронизация» нарушились бы ритмика и мелодика, а слова не попали бы в такт, более того, для ребёнка такое сочетание было бы трудным для понимания, потому переводчик решил применить модуляцию для получения правильного эффекта.

В оригинале эти движения сопровождаются «ломаной» фонетике, построенной за счет использования «щелкающих» шипящих и свистящих звуков «s», «ʃ», «k», «t», «ks». В русском варианте решили от этого отказаться и составили текст без звуков «ч», «с», «ш», «т», которые позволили бы создать звучание, похожее на звуки работы механизмов. Поэтому русский вариант кажется более плавным, а «ломаную» манеру пения повторить не удалось.

В качестве решения можно создать новый текст, включающий в себя указанные звуки, например: «Мы с тобой так похожи, / Объяснить это может, / Что мы с тобой друг друга нашли». В данном варианте учитывается фонетическая сторона текста, понятная для детей речь, передаётся заложенный смысл, также сохраняется такт и ритм мелодии, а «укладка в губы» не является ключевым пунктом, поскольку герои стоят на фоне светящихся часов, из-за этого выглядят тёмными, также они двигаются, а камера отдаляется, поэтому движение губ менее заметно.

В самой известной песне этого мультфильма Letitgo (Отпусти и забудь) есть неудачный момент, в котором переводчик пренебрёг решением одной сложности, либо у него просто не получилось с ней справиться. Простота языка – это одна из необходимых особенностей мультипликационных произведений.

Пример 6. *Here I stand and here I'll stay. – Здесь мой дом, / Мой снежный удел.* «Удел» – слово, которое не только трудно понять ребёнку, но и не очень удачно укладывается в ритм мелодии. При прослушивании фрагмента слух «цепляется» за это место, хотя этого можно было избежать. В оригинале достаточно простые слова, которые могут быть преданы на русский язык, а чёткое движение губ прослеживается только в начале строки, артикуляционно образуя звук «и», поэтому появляется возможность передать суть любым способом. Данное предложение можно было перенести на другой язык так: «Здесь начну / Я жизнь свою» или «Я здесь живу, / Мой дом родной». Каждый из предложенных вариантов отличается простотой лексики, трансляцией точного смысла, укладкой в ритм и имеет визуальное подтверждение: в кадре Эльза топает ногой, создавая ледяную основу для своего будущего дома-замка.

На материале текстов 17 песен в структуре трёх мультфильмов были детально рассмотрены сложности, связанные с передачей смысла, наложением текста на мелодию, написанием текста на понятном для ребёнка языке, сохранением благозвучности текста, синхронизацией слов с визуальным рядом. Также были выявлены как удачные, так и неудачные решения разных сложностей, возникающих при переводе песен в аудиовизуальных произведениях для юных реципиентов. Исследование показало, что переводчик может находить разные выходы из сложных ситуаций, но главной задачей остаётся сохранение единства видеосоставляющей, музыки и осмысленного текста.

Список использованных источников

1. Егорова Т. К. Теоретические аспекты изучения музыки в кино [Электронный ресурс] // Медиамузыка: электрон.науч. журн. – 2014. – Вып. 3. Режим доступа: http://mediamusic-journal.com/Issues/3_1.html (дата обращения: 25.06.2022).
2. Иванов Н. И., Шкрабо О. Н. Перевод текстов музыкальных произведений // Языковая личность и перевод. – 2018. – С. 53–54.
3. Идиатуллина Л. Т. Проблемы перевода поэзии в исследованиях современных ученых // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. – 2010. – № 1. – С. 1–6.
4. Казакова Т. А. Художественный перевод : учебное пособие. – СПб. : Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей, экономики и права, 2002. – 113 с.
5. Cintas J., Remael A. Audiovisual Translation: Subtitling. – London : Routledge, 2014. – 287 p.
6. Franzon J. Choices in song translation: Singability in print, subtitles and sung performance // The Translator. – 2008. – P. 373–399.
7. Low P. When songs cross language borders: Translations, Adaptations and 'Replacement Texts' // The Translator. – 2013. – P. 229–244.

УДК 81’25

ПРОЦЕСС АДАПТАЦИИ ПЕСЕН В ФИЛЬМАХ, АНИМАЦИОННЫХ ФИЛЬМАХ И МЮЗИКЛАХ

Копылов Я. В.

Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, makcap12@mail.ru

Андреева Елена Дамировна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой теории и практики перевода, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. В данной работе описывается процесс и особенности адаптации фильмов, анимационных фильмов и мюзиклов на русский язык. Описываются этапы работы, трудности, с которыми может столкнуться переводчик, стратегии подбора актёров дубляжа. Даются определения рифме, ритму, стихотворному тексту. Представлены примеры рифмы, стратегий кастинга, трудностей процесса адаптации.

Ключевые слова: адаптация песен, фильм, анимационный фильм, ритм, рифма, стихотворный текст, актёр дубляжа, lip-sync, перевод.

ADAPTATION OF SONGS IN FILMS, ANIMATIONS AND MUSICALS

KopylovYaroslav Vasilyevich, undergraduate student, Orenburg State University, Orenburg, makcap12@mail.ru

Andreeva Elena Damirovna, Candidate of Philological Sciences, Docent, Head of the Department of Translation and Translation Studies, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. This article describes the process and features of the adaptation of films, animated films and musicals into Russian. There are described stages of work, the difficulties that a translator may face, strategies for casting dubbing actors. There are also definitions of rhyme, rhythm, poetic text are given. There are examples of rhyme, casting strategies, difficulties of the adaptation process

Keywords: songs adaptation, film, animated film, rhythm, rhyme, poetic text, dubbing actor, lip-sync, translation, problem of translation.

В наши дни центр современной медиа культуры преимущественно сконцентрирован на западе, и потому её основным языком считается английский, что создаёт спрос на перевод и адаптацию различных произведений на русский язык. Но этот процесс требует не только работы переводчика, но целой команды специалистов, таких как редактор, укладчик, актёр дубляжа. И адаптация песен, которые могут встречаться фильмах, мультфильмах и мюзиклах – один из самых сложных вопросов, которые могут возникнуть в процессе адаптации того или иного произведения. Следует учитывать как разное строение и языковые особенности пары языков, так и определить, какой актёр дубляжа лучше подойдёт для определённой роли. Потому в данной статье мы рассмотрим, как осуществляется процесс перевода песен, в каком виде текст перевода попадает к актёру дубляжа и как актёров дубляжа подбирают для той или иной роли, при исполнении которой приходится петь. Для этого стоит разобрать весь процесс адаптации, но более подробно мы рассмотрим именно этап выбора актёров дубляжа, и от чего этот выбор зависит.

Весь процесс адаптации любого произведения, будь то художественный фильм или мюзикл, начинается с заказа от студии-правообладателя. И от того, что это за студия,

зависит очень многое. Например, такие компании, как WarnerBrothers, Disney или Universal, чаще всего контролируют весь процесс, рассылая задания в страны, в которых готовится адаптация, и просматривают результаты. Текст перевода или подбор актёров дубляжа проходит под их прямым контролем, хоть они и советуются с местными режиссерами и консультантами. Есть и исключения – если фильму или мультфильму изначально не дают высокого приоритета, то студии могут оставить контроль местному режиссеру, которой уже и будет утверждать финальную версию перевода и состав актёрской группы.

В начале скрипт, высланный компанией, проходит через процесс перевода. При этом переводчик должен учитывать хронометраж, то есть сколько одна реплика занимает времени на экране, а также «lip-sync» – реплики на языке перевода должны примерно так же укладываться в движения губ и мимики персонажа на экране. «Lip-sync» является важным условием для хорошей адаптации, и примеры того, как будет выглядеть конечный продукт, если им пренебрегать, можно найти в фильмах, которые появлялись в нашей стране в 90-ых годах, и чаще всего продавались нелегально.

Когда текст перевода готов, он попадает к редакторам, которые исправляют явные ошибки переводчика, изменяют текст для того, чтобы он лучше подходил по контексту и жанру. После текстом занимаются укладчики – эти люди контролируют то, насколько текст соответствует изображению на экране, контролируют соблюдение «lip-sync» и соответствие реплик хронометражу. На этом этапе текст может снова редактироваться – из-за разности фонетического строя двух языков иногда сложно подобрать подходящий вариант. Например, в оригинале может использоваться много шипящих звуков, что предполагают особую артикуляцию, а в переводе они уже не используются. Из-за того, что текст перевода проходит столько этапов и проверяется несколькими людьми, иногда он может существенно отличаться от оригинала, что рождает определённые неточности и ошибки.

Только после прохождения всех этих этапов финальный текст попадает к актёру дубляжа, готовый для дальнейшей работы. И, несмотря на то, что работа актёра дубляжа может показаться куда проще, чем работа обычного актёра, это не так. У актёра на сцене или перед камерами чаще всего есть время и возможность вжиться в образ. Так, например, Джек Николсон во время съёмок фильма «Пролетая над гнездом кукушки» жил в психбольнице, что позволило ему лучше отыграть свою роль. Актёр дубляжа не имеет такой возможности. Более того, там, где актёр может показать эмоции не только голосом, но ещё и мимикой или движениями, актёру дубляжа нужно справляться только голосом. Тем более, что работают они «в микрофон» – без живого окружения и декораций. Как уже было отмечено, актёров дубляжа утверждает либо компания-заказчик, либо местный режиссёр дубляжа. Но, так или иначе, любой актёр дубляжа должен пройти через кастинг. Для этого он озвучивает какой-либо пробный эпизод, и режиссер дубляжа выбирает наиболее подходящего кандидата, ориентируясь на голосовые и психофизические способности актера, тембральную схожесть с актером озвучивания оригинального произведения. Чаще всего, исходя из этих данных, за определённым актёром дубляжа закрепляется определённый актёр. Так, например, Сергей Бурунов – официальный голос Леонардо ДиКаприо, а Пётр Гланц – голос Райана Рейнольдса. После того, как тот или иной актёр дубляжа утверждён на роль, начинается сам процесс записи на студии. Обычно в нём участвуют несколько человек: сам актёр, режиссёр дубляжа и звукооператор. При прочтении реплик режиссёр дубляжа поправляет актёра, подсказывает, с какой интонацией лучше сказать ту или иную реплику. Делается несколько дублей, из которых выбираются лучшие, после чего корректор проверяет записи, и если какие-то реплики произнесены неправильно, то их перезаписывают. После готовый материал отправляется в монтаж.

Работа актёра дубляжа осложняется ещё больше, если озвучка подразумевает исполнение песни. Чаще всего песни встречаются в мультфильмах или мюзиклах, где они

играют очень важную роль, являясь выражением состояния персонажа, его эмоций, мышления, внутреннего мира. Иногда песня используется для объяснения сюжета, рассказывает предысторию или более широко раскрывает мир, в котором происходит действие фильма или мюзикла.

Песня состоит из двух аспектов: текст и мелодия. Текст песни и контекст её создания, вместе с интерпретацией, называются песенным дискурсом. Песенный текст можно отнести слушателя к художественным текстам, а потому он обладает своей лексико-семантической специфичностью [4, 2015; с. 14]. Песня сочетает в себе как музыкальные, так и поэтические средства, пытаясь вызвать у слушателя определённые эмоции и чувства, заставить сопереживать персонажам, тем самым раскрывая творческий замысел автора [5, 2005; с. 110].

Эстетическую ценность произведений, помимо метафор, эпитетов, сравнений, и других тропов, обеспечивают также ритм и рифма. По Ю. М. Лотману, рифма – «звуковое совпадение слов или их частей в конце ритмической единицы при смысловом несовпадении» [5, 1996; с. 72].

Рифма может быть следующих типов (на примере песни «How far I'll go» из анимационного фильма «Моана»):

– рифма внутри одной строки, обеспеченная созвучием двух или более слов, например:

Every turn I take, every trail I track
Every path I make, every road leads back;

– рифма на концах двух строчек:

I've been staring at the edge of the water
Long as I can remember, never really knowing why
I wish I could be the perfect daughter
But I come back to the water, no matter how hard I try;

– рифмавнутриоднойстроки:

To the place I know, where I cannot go, where I long

Ритм в «Толковом словаре русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой поясняется как «равномерное чередование каких-нибудь элементов (в звучании, в движении)» [6, 2006; с. 680].

В совокупности, два этих приёма играют большую роль как при переводе, так и при озвучивании. Перевод песен можно отнести к переводу поэтических текстов, и хоть выделяют достаточно много способов их перевода, трудно назвать один, который наиболее полно бы подходил для адаптации. Переводчику следует не только сохранить смысл песни, присутствующей в фильме, грамотно передав все скрытые тонкости, важные для сюжета, но и сделать перевод похожим на оригинал по своему звучанию.

Согласно М.П. Брандес и В.И. Провоторову, до того, как приступить к процессу перевода, «переводчику через язык текста нужно выяснить глобальные вещи: к какому речевому жанру принадлежит текст и в каком функциональном стиле этот текст существует» [1, 2001]. Стиль – один из противоречивых, но важных аспектов перевода. Только воссоздав текст оригинала средствами перевода, сохраняя стилистику, можно добиться адекватности, полной передачи информации оригинала.

И если перевод соответствует оригиналу, то студии остаётся только подобрать подходящего актёра дубляжа, который смог бы не только качественно озвучить обычные реплики, но и спеть. В таких случаях, режиссеры дубляжа прибегают к нескольким стратегиям.

1. Профессиональный актёр дубляжа, которые подходит по всем критериям и либо уже обучен петь, либо поёт на приемлемом уровне, что позволяет звукорежиссеру «подтянуть» качество песни уже техническими средствами. Такой вариант является простым и качественным решением для режиссёра дубляжа, позволяя персонажу звучать естественно весь фильм, а качество исполнения песни оставить на достаточном уровне.

2. В качестве актёра дубляжа приглашается известный исполнитель песен. Если какой-либо исполнитель подходит по вокальным данным и для исполнения песни в фильме, и для озвучивания персонажа в целом, то режиссёр дубляжа может принять решение позвать его на ту или иную роль. Также при дубляже мюзиклов обычно используется именно эта стратегия, где роль актёров дубляжа играют именно профессиональные исполнители. Кроме того, такое решение часто используется как коммерческий, рекламный ход – знаменитость привлечёт аудиторию.

3. Актёр дубляжа озвучивает персонажа весь фильм, но для исполнения песни нанимают профессионала в этой области. Такая стратегия используется не только в дубляже, но и для создания фильмов в целом. Актёр может играть, и при этом говорить своим голосом, но для исполнения песни его заменяет кто-то другой. При дубляже такая стратегия является наиболее профессиональной, но и наиболее затратной. Кроме очевидной траты бюджета, требуется проводить дополнительный кастинг и искать ещё одного человека с необходимыми вокальными данными и тембральной схожестью, иначе персонаж будет говорить буквально двумя разными голосами.

Конечно, наиболее удачный и эффективный вариант – профессиональный актёр дубляжа, нанятый для озвучки определённого персонажа, ещё и обладает необходимыми данными для того, чтобы исполнить песню, но такое случается крайне редко, так как специфика работы актёра дубляжа не подразумевает под собой эту деятельность. Некоторые профессионалы в области дубляжа рассказывали, что во время своего обучения посещали курсы вокального мастерства, но основной навык, который они приобрели при обучении – хорошо поставленная дикция и способность быстро переключаться между октавами.

Но иногда успешными оказываются и другие способы. Например, актёры дубляжа анимационного фильма «Энканто» – почти все профессиональные исполнители песен. Так, одного из главных героев – Бруно Мадригаля – озвучивает певец Тимур Родригез, которого выбирали не только из-за соответствия необходимым вокальным параметрам, но и из-за его навыков. И как показывает результат, русский дубляж «Энканто» был весьма успешен, получив положительные отзывы от зрителей.

Адаптация фильмов, мультфильмов, и мюзиклов подразумевает под собой много этапов, каждый из который требует участие определённого специалиста. Наличие песни в фильме осложняет процесс, но мы выяснили, какие стратегии используются для решения этой задачи. Какие навыки требуются от актёра дубляжа и как их подбирают на ту или иную роль, а также более внимательно рассмотрели процесс перевода песен и их значение для фильма.

Список использованных источников

1. Брандес М.П. Предпереводческий анализ текста / М.П. Брандес, В.И. Провоторов. – Москва: Книга, НВИ-ТЕЗАУРУС, 2001. – 224 с.
2. Козуляев А.В. Обучение динамически эквивалентному переводу аудиовизуальных произведений: опыт разработки и освоения инновационных методик в рамках школы аудиовизуального перевода / А.В. Козуляев // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Серия: Проблемы языкознания и педагогики. – 2015. – С. 3–24.
3. Лотман Ю.М. О поэтах и поэзии / Ю.М. Лотман // СПб.: Искусство. Анализ поэтического текста. – 1996. – С. 296.
4. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М.: ИТИ Технологии, 2006. – 944 с.
5. Шевченко О.В. Тематическое своеобразие песенных текстов как способ реализации функций песенного дискурса / О. В. Шевченко // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2009. – № 115. – С. 108-115.

УДК 81.255.4

РЕАЛИИ В РОМАНЕ Б. ШЛИНКА «ЧТЕЦ»: ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ И ЯЗЫКОВОЙ ЛОКАЛИЗАЦИИ

Павленко Е. Е.

Студентка Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, katya.pavlenko2002@mail.ru

Научный руководитель: Серегина Марина Александровна, доц., канд. пед. наук, доц. Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону

Аннотация. В данной статье анализируются виды реалий на материале романа Б. Шлинка «Чтец» и способы их перевода с немецкого языка на русский у А. Тарасова и Б. Хлебникова. Наиболее часто применялись в переводах транскрибирование, эквивалентное соотношение (подбор функционального аналога) и калькирование. Реже встречались описательный перевод и транслитерация. Специфика передачи слов-реалий связана с отсутствием эквивалента в переводимом языке, поэтому проблема непереводимости текста является вечной.

Ключевые слова: реалия, немецкий язык, теория перевода, способы перевода, безэквивалентная лексика, переводческие трансформации.

THE USE OF REALITIES IN B. SHLINK'S NOVEL "THE READER" AND WAYS OF THEIR TRANSFER FROM GERMAN INTO RUSSIAN

Ekaterina Pavlenko, student of the Southern Federal University of Rostov-on-Don, katya.pavlenko2002@mail.ru

Scientific supervisor: Marina Alexandrovna Seregina, Associate Professor, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor. Southern Federal University (Rostov-on-Don, Russia)

Annotation. In the present article, the authors analyze the types of realities in the B. Schlink's novel "The Reader" and ways of their translation from German into Russian by A. Tarasov and B. Khlebnikov. The most frequently used translations were transcribing, equivalent ratio (selection of a functional analogue), and calquing. Descriptive translation and transliteration were less common. The specifics of the transfer of words-realities is associated with the lack of an equivalent in the translated language, so the problem of untranslatability of the text is eternal.

Keywords: realien, German language, translation theory, translation methods, non-equivalent vocabulary, translation transformations.

Реалии представляют собой интересный феномен и особый слой лексики. Термин «реалия» обозначает выражения, характеризующие объекты, свойственные одному конкретному народу. Эти выражения описывают предметы культуры, быта той или иной общности, а также отражают национальный и исторический колорит. Чаще всего такие слова не имеют эквивалентов в других культурах и языках. Об этом лексическом явлении заговорили еще в середине 20 века, однако вопрос о классификации реалий, их видов и способов перевода остается изученным не в полной мере. Именно этим и объясняется актуальность тематики проведенного исследования. Проблема непереводимости текста является вечной. Порой переводчики, сталкиваясь с безэквивалентной лексикой в художественном тексте, затрудняются с ее интерпретацией в соответствии с условиями

переводимого языка. Поэтому вопрос о способах перевода реалий по сей день остается важным.

В этой связи целью исследования стало выявление и анализ особенностей передачи реалий на материале текста романа-бестселлера немецкого писателя Бернхарда Шлинка «Чтец» и варианты его перевода А. Тарасова и Б. Хлебникова на русский язык. Методом сплошной выборки были отобраны слова-реалии и их переводы. Картотека исследования составила 50 единиц.

Свое происхождение понятие «реалия» берет в латинском слове «realis», что означает «вещественный», «действительный» [11]. Соответственно, реалии отражают национальную особенность отдельно взятого общества, его исключительность и колорит.

Понятия, которые отражают реалии, относятся к категории безэквивалентной лексики. В эту категорию отечественные лингвисты Е. М. Верещагин и В. Г. Костомаров определили слова, которые необходимы в языке для выражения понятий, отсутствующих в языке и культуре другого народа и не имеющих эквивалентов других языках [2, 1990: 134].

Советский лингвист О.С.Ахманова в «Словаре лингвистических терминов» дает следующее определение: «Реалии- предметы материальной культуры». То есть, она определяет данный термин как некие факторы, отражающие культура и история определенного народа или отдельно взятой страны. Также Ольга Сергеевна Ахманова дает этому термину второе определение: «Реалии- предметы материальной культуры» [1, 2003: 63-69].

Другие ученые вступают в терминологическую дискуссию в отношении научного толкования данного термина и считают реалии безэквивалентной лексикой. Одним из сторонников данного мнения является А.Д. Швейцер. Он называет реалии «единицой национального языка, обозначающие уникальные референты», свойственные исключительно отдельной лингвокультуре и отсутствующие в культуре переводимого языка [10, 2009: 256].

Ученые из Болгарии С.И. Влахов и С.П. Флорин подводят итоги всевозможным определениям реалий и делают вывод, что реалии - это «слова и словосочетания, называющие объекты, характерные для жизни (быта, культуры, социального и исторического развития) одного народа и чуждые другому» [4, 1980: 126-132]. Стоит также отметить, что именно с именами С.И. Влахова и С.П. Флорина чаще всего связывают в теории перевода понятие реалии.

Исходя из вышесказанного, можно выделить все существующие реалии в четыре основных класса: 1) географические, 2) фольклорные, 3) бытовые, 4) социально-исторические [4, 1980: 126-132].

Изучив научные работы таких отечественных авторов, как В. С. Виноградов [3, 2001: 67-84], Н. И. Дзенс [5, 2012: 89-97], Л.К. Латышев [6, 2008: 50-64] и других, а также на основе анализа романа Б. Шлинка «Чтец», были выделены следующие функции реалий:

1) номинативная;
2) создание местного, национального колорита;
3) создание исторического колорита;
4) социально-стилистическая;
5) экспрессивно-оценочная;
6) создание контраста.

В настоящее время в лингвистике есть несколько классификаций реалий. Они делятся по временным, семантическим, грамматическим, местным, фонетическим и некоторым другим признакам. Наиболее общую схему классификаций слов-реалий сформулировали болгарские лингвисты С. Влахов и С. Флорин. Их классификация включает в себя: 1) предметное деление или же географические реалии (эндемики, географические объекты, объекты физической географии и метеорологии), 2) местное

деление или этнографические реалии (предметы быта, материальной и духовной культуры, труда, меры и денежные единицы), 3) общественно-политическое деление (военная сфера, органы власти и ее носители, административное деление, 4) временное деление (современные и исторические реалии).

Советский лингвист А.А.Реформатский объединил все реалии по предметно-языковому принципу в следующие группы [8, 1996: 247]:

1. имена собственные;
2. монеты;
3. должности и обозначения лиц;
4. детали костюма и украшения;
5. кушанья и напитки;
6. обращения и титулы при именах

Можно сделать вывод, что способов перевода реалий несколько. К ним относятся: транскрипция, транслитерация, калькирование, создание семантического неологизма, замена реалии реалией, приблизительный перевод (уподобляющий / приближенный перевод (аналоговая замена)). В теории перевода принято относить данные приемы к лексическим трансформациям.

Материалом исследования послужил роман- бестселлер немецкого писателя БернхардаШлинка «Чтец». Произведение было опубликовано в 1995 году и в оригинале имеет название «DerVorleser». Всего в романе было выявлено 4 разновидности реалий: 1) географические (топонимические) реалии; 2) общественно-политические; 3) культурные; 4) бытовые.

Главный герой произведения, Михаэль Берг, много путешествовал по Германии, особенно в окрестностях города Гейдельберг, поскольку именно в этом городе и родился Бернхард Шлинк. Поэтому в романе часто упоминаются названия местных улиц, площадей, мелких деревушек, а также более крупных городов Европы. Подобные названия географических территорий составляют топонимическую (географическую) группу реалий. Всего в тексте было выявлено 23 реалии из этой категории. Перейдем к некоторым примерам таких слов, взятых из оригинала романа Б. Шлинка «Der Vorleser»:

- названияулиц: *« von **der Bahnhofstraße** und **die Blumenstraße**»;*
- названиягородов: *«…von **Birkenau**... und aus **Bergen- Belsen**…»; «...vier Tage **Wimpfen, Amorbach** und **Miltenberg**».*

Также в произведении упоминались названия других стран, что тоже относится к словам-реалиям: *Russland, Griechenland, Deutschland, Amerika, Israel.*

Поскольку действия в романе Б. Шлинка «Чтец» разворачиваются в страшное до- и послевоенное время, в тексте встречается немало военно-исторических определений, характерных для Германии того времени. Так называемые «реалии Третьего рейха» представляют собой термины из экономической и политической жизни ГДР времен Второй Мировой войны. Такие выражения поддерживают исторический фон и особое настроение произведения и составляют общественно-политическую группу реалий. Слов данной категории было найдено 13. Рассмотрим примеры некоторых из них:

- *«...im Frühjahr 1944 von **Auschwitz** ...sie ersetzten **Aufseherinnen**»;*
- *«… der hohen Beamter beim **Reichsminister des Inneren**»;*
- *«Über **die Weimarer Republik** und **das Dritte Reich**».*

По сюжету романа, главный герой, Михаэль Берг, увлекался литературой и часто читал книги своей возлюбленной, Ханне Шмитц, поскольку та была безграмотной. Соответственно, в произведении ни раз упоминались названия прочитанных книг, а также имена литературных персонажей. Подобные имена собственные, а также определения, характеризующие национальные особенности Германии, составляют культурную группу реалий, которых всего было выявлено 10 в рассматриваемом тексте:

- *«**„Emilia Galotti“** und **„Kabale und Liebe“** gelesen...»*

- *«... seit der Fernsehserie* ***„Holocaust“*** *und Spielfilmen wie* ***„Sophies Wahl“*** *und besonders* ***„Schindlers Liste“*** *...»;*

- *«... bis ich die ganze* ***Odyssee*** *aufgenommen hatte.»;*

- *«...Arbeiterin bei* ***Siemens*** *...».*

ВроманеБ. Шлинка «Чтец» также встречаются и бытовые реалии, однако их было очень мало, всего 4 слова. Возможно, это связано с тем, что автор не ставил перед собой цель- познакомить читателей с национальными особенностями быта Германии того времени, о котором ведется повествование. Основной упор Бернхард Шлинк делает на описании маршрутов, по которым передвигался главный герой, на названии книг, их авторов и персонажей, чтение которых так повлияло на жизнь главных героев – Ханны и Михаэля. Примерыслов-реалий, представляющиесобойбытовуюгруппу, следующие:

- *«...****das Abitur*** *und das aus Verlegenheit gewählte Studium der Rechtswissenschaft ...»;*

- *«... die* ***Biedermeiermöbel****: den Flügel, die alte Standuhr, die Bilder, die Regale mit den Büchern»;*

- *«Für spätere Stunden halte auch hier Bier und* ***Schnaps*** *bereit»;*

- *«Ich wog noch 58* ***Pfund****».*

Для сравнительного анализа способов перевода реалий из романа Б. Шлинка «Чтец» были взяты переводы А. Тарасова и Б. Хлебникова, которые являются официальными переводами данного произведения на русский язык. Переводчики чаще всего использовали следующие виды переводческих трансформаций для передачи реалий с немецкого языка на русский: транскрипция (56%), словарный эквивалент/ словарное соответствие (23%), калькирование (15%) и другие (6%).

В переводоведении и смежных с ним науках на проблему выявления соответствий реалиям в других языках существует множество точек зрения. При работе со словами-реалиями применяются разные виды переводческих трансформаций, однако чаще всего это транскрипция, транслитерация, калькирование и описательный перевод. Так как тема реалий исследуется давно, в лингвистических словарях стали появляться дефиниции слов, характерных только для какого-то одного конкретного народа. Поэтому сегодня при переводе реалий возможно использовать и такой способ перевода, как словарный эквивалент. Рассмотрим применяемые способы перевода на выявленных в романе группах реалий, которые были перечислены ранее.

Географическая группа реалий

Здесь А. Тарасов и Б. Хлебников практически единогласно использовали один и тот же способ перевода – транскрипцию. Например, *Amorbach – Аморбах, Blumenstraße – Блюменштрассе, Bahnhofstraße – Банхофштрассе, Kassel – Кассель, Birkenau – Биркенау, Elsaß – Эльзас, Hamburg – Гамбург, Miltenberg – Мильтенберг, Molkenkur – Молькенкур, Nußloch – Нуслох, Struthof – Штрутхоф, Wimpfen – Вимпфен.* Однако А. Тарасов с некоторыми реалиями географической группы применял транслитерацию: *Eppelheim – Эппельгейм, Schwetzingen – Шветцинген*. С такими словами, как *Russland – Россия, Griechenland – Греция, Deutschland – Германия, Israel – Израиль, Krakau – Краков* переводчики применяли уже существующие в русском языке словарные соответствия. Б. Хлебников также дает сноски некоторым улицам, городам и окрестностям города Гейдельберг, которые читателю могут быть не знакомы.

Общественно-политическая группа реалий

А. Тарасов и Б. Хлебников одинаково переводят слова-реалии *«die Aufseherin» – «надзирательница», «die Bundesrepiblik» – «Федеративная Республика», «der Kommandant» – «комендант», «der Reichsministerdes Inneren»- «Рейхсминистерство внутренних дел», «das Dritte Reich» – «Третий рейх» и «die Staatsanwaltschaft» – «прокуратура»*, используя калькирование. К термину *«Auschwitz»* А. Тарасов подбирает давно существующее словарное соответствие *«Освенцим»*, в то время как Б. Хлебников использует транскрибирование (*«Аушвитц»*). *«Das KZ- Seminar»* А. Тарасов переводит описательным способом: *«Семинар на концлагерную тематику»*. Б. Хлебников, в свою

очередь, применяет метод опущения и оставляет только *«Семинар»*. *«Der Nazi- Haftgrund»* переводится описательным способом: *«Нацистское основание для ареста»* (А. Тарасов), *«Основание для ареста, выдуманное нацистами»* (Б. Хлебников). Слова-реалии *«Schöffen»* и «*die Wehrmacht*» оба переводчика передают как *«Шеффены» и «Вермахт»,* применяя транскрипцию.

Культурная группа реалий

Так как культурная группа реалий представлена в основном названиями книг, то оба переводчика брали уже утвердившиеся официальные переводы тех или иных произведений, то есть использовали словарное соответствие: *«EmiliaGalotti» – «Эмилия Галотти», «Holocaust» – «Холокост», «KabaleundLiebe» – «Коварство и любовь», «KriegundFrieden» – «Война и мир», «Odyssee» – «Одиссея», «SchindlersListe» – «Список Шиндлера», «SophiesWahl» – «Выбор Софи», «Taugenichts» – «Из жизни одного бездельника».* Переводя название немецкой компании *«Siemens» – «Сименс»* оба переводчика использовали транскрипцию. Реалию *«derSachsenspiegel»* А. Тарасов перевел как *«Саксонское зерцало»,* используя словарное соответствие. А Б. Хлебников как *«Саксонское уложение законов и ветхие древности философии права»*, применив описательный перевод.

Бытовая группа реалий

Реалии *«dasPfund»* и *«Schnaps»* оба переводчика передают как *«Фунт» и «Шнапс»,* используя транскрипцию. Слово *«dasAbitur»* на русский язык переводится описанием: *«Экзамен на аттестат зрелости»* (А. Тарасов), *«Выпускной экзамен»* (Б. Хлебников. Также описательный перевод используется с выражением *«dieBiedermeiermöbel»*, однако А. Тарасов совмещает описание с транслитерацией *(«Мебель в стиле бидермейер»*), а Б. Хлебников- с транскрипцией («*Мебель в стиле бидермайер*»).

Итак, исследованные примеры из произведения Б.Шлинка «Чтец» демонстрируют разнообразие способов, которые использовались при переводе немецких реалий на русский язык. Стоить отметить, что А. Тарасов и Б. Хлебников, переводы которых стали материалом проведенного исследования, чаще всего были единогласны в выборе способа перевода реалий. Наиболее часто употребляемыми видами перевода при передаче языковых реалий оказались транскрибирование, эквивалентное соотношение (подбор функционального аналога) и калькирование. Реже встречались описательный перевод и транслитерация.

Обмен между различными культурами происходит непрерывно. В связи с развитием общества, в язык приходят новые выражения, которые могут быть не знакомы реципиенту, а именно носителю другого языка. Ведь каждое общество, каждое государство развивается по-своему. Соответственно, и реалии будут различаться в каждом отдельно взятом народе. Именно поэтому лингвисты и переводчики уделяют большое внимание такому языковому пласту, как реалии. Ведь именно они отражают самобытную культуру, историю и особенности того или иного общества. А чтобы эти выражения понять и сложить правильное мнение о народе, необходимо правильно интерпретировать его реалии на родной язык.

Список использованных источников

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова – М.: УРСС, 2013. – С. 381.

2. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура: лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Рус. яз., 1990. – 246 с.

3. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. — М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа:

http://vsdzhabrailova.narod.ru/olderfiles/1/V.S.Vinogradov_Vvedenie_v_perevodo-5756.pdf (дата обращения: 10.03.2022).

4. Влахов С. И., Флорин С. П. Непереводимое в переводе / С. И. Влахов, С.П. Флорин. – М.: Международные отношения, 1980. – 406 с.

5. Дзенс Н. И. Теория перевода и переводческая практика с немецкого на русский и с русского на немецкий / Н. И. Дзенс. – СПб.: Антология, 2012. – 250 с.

6. Латышев Л. К. Перевод: проблемы теории, практики и методики преподавания / Л. К. Латышев. – М.: Просвещение, 2008. – 192 с.

7. Репин Б. И. Национально-специфические слова-реалии как особая часть лексики в переводимом произведении / Б. И. Репин // Сб. Теоретические и практические вопросы преподавания иностр. яз. - М.: Наука, 1970. – С. 87-98.

8. Реформатский А. А. Введение в языковедение / Под ред. В.А. Виноградова / А. А. Реформатский. – М.: Аспект Пресс, 1996.- 536 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.bsu.ru/content/page/1415/hecadem/reformatsky_aa/reformatsky.pdf (дата обращения: 09.02.2022).

9. Рецкер, Я. И. Теория перевода и переводческая практика: Очерки лингвист.теории перевода / Я. И. Рецкер. – М.: Междунар. отношения, 1974. - 216 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://lib.ysu.am/open_books/311203.pdf (дата обращения: 03.02.2022).

10. Швейцер А. Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты / А. Д. Швейцер. – М.: Наука, 2009. – 437 с.

11. Gufo.me [Электронный ресурс] /Толковый переводческий словарь – Режим доступа: https://gufo.me/dict/translatology (дата обращения: 07.05.2022).

УДК 81.11

ПЕРЕВОД СЛЕНГА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ МУЗЫКАЛЬНОГО ЖАНРА

Броцман Д. А.
Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, brocman12@mail.ru

Научный руководитель: Сапух Татьяна Викторовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и методики преподавания английского языка, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. В статье рассматривается такое явление в языке как сленг, дается его характеристика и выделяются его особенности. Сленг определяется как экспрессивно и эмоционально окрашенная лексика разговорной речи, отклоняющаяся от принятой литературной языковой нормы. На основе анализа музыкальных произведений современного исполнителя Эминема и их переводах на русский язык делается вывод о способах перевода сленговых выражений. В случае с передачей сленга к приемам буквального (прямого) перевода следует прибегать лишь в редких случаях и только тогда, когда значение слова понятно читателям без специальных комментариев, следовательно, при переводе сленга необходимо использовать переводческие трансформации.

Ключевые слова: сленг, перевод, музыкальные произведения, тексты песен, Эминем.

SLANG TRANSLATION IN ENGLISH MUSICAL WORKS

Brotsman Dmitry Andreevich, student, Orenburg State University, Orenburg, brocman12@mail.ru

Research advisor: Sapukh Tatiana Victorovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of English Philology and Methods of Teaching English, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. The article deals with such phenomenon in language as slang, gives its characteristics and distinguishes its features. Slang is defined as expressive and emotionally coloured vocabulary of colloquial speech, which deviates from the accepted literary language norm. On the basis of the analysis of the musical works of the modern performer Eminem and their translations into Russian the conclusion is made about the ways of slang expressions translation. In the case of slang, literal (direct) translation techniques should only rarely be resorted to and only when the meaning of the word is clear to the readers without special comments. Therefore, it is necessary to use translation transformations when translating slang.

Key words: slang, translation, music, lyrics, Eminem

Сленг – неотъемлемая часть разговорного английского языка. Актуальность его изучения заключается в том, что в современном мире, в эпоху глобализации и интернета сленг обладает особенно высокой динамикой. Новые тенденции порождают новые слова, выражения, которые постепенно входят в повседневную жизнь и функционируют в речи англоговорящих людей, а также людей, изучающих английский язык. Культура сленгового общения часто характеризуется своей экспрессивной, а иногда даже резкой и грубой манерой выражения мыслей и чувств, что привлекает молодежь к использованию сленг-выражений. Часто это может звучать совершенно бессмысленно, как абсурдный

набор слов, которые невозможно понять без дальнейших объяснений. Однако влияние сленга на нашу жизнь трудно отрицать. Так или иначе оно проникает в современный разговорный язык и постепенно становится частью повседневного общения.

Исследователи-лингвисты по-разному относились к вопросу сленга. Можно сказать, что в науке к нему двойственное отношение. Одни исследователи поддерживают точку зрения, что сленг – это «засорение», порча языка, наносящий значительный ущерб культуре языка (И.О. Федоров, Л.П. Крысин, С.И. Левикова и др.). Однако существует и противоположное мнение. Другие исследователи уверены, что благодаря появлению сленга, наш язык только обогащается (В.И. Шляхов, М.А. Грачев, Л.В. Владимирова и др.).

Одним из ярких примеров создания, функционирования сленга является американская культура. В фильмах, телешоу, социальных сетях, а также в новых песнях часто можно услышать множество жаргонных выражений и слов. В яркой и особенной форме это проявляется в современных песнях. Очень часто исполнители поп, рэп-музыки, чтобы придать новизну звучанию своих текстов, сокращают слова, добавляют новые, создавая таким образом сленг, который позже подхватывается молодежью и вводит полученные слова в повседневную жизнь.

Сленг является неотъемлемой и неотделимой частью любого языка, поэтому каждый переводчик в ходе своей деятельности так или иначе сталкивается с проблемами его перевода. Более того, сленг является постоянно изменяющейся подвижной языковой единицей, которая активно используется в музыке, кинематографе и литературе как один из способов придания речи естественности. Именно поэтому изучение сленга является актуальной проблемой в переводческой деятельности на сегодняшний день.

Проанализировав несколько научных работ, затронувших данную проблему, мы можем сделать небольшой вывод о том, что перевод сленга чаще всего изучается на основе литературных произведений и кинофильмов. В связи с этим представляется актуальным рассмотреть возможные варианты перевода сленговых выражений в англоязычных музыкальных произведениях, поскольку эта область интересна, но мало изучена.

В большой советской энциклопедии мы можем встретить следующее определение: «сленг – это экспрессивно и эмоционально окрашенная лексика разговорной речи, отклоняющаяся от принятой литературной языковой нормы» [7, 1969-1978: 678]. Сленг чаще всего используется среди школьников, студентов и молодежи, а так как поколения сменяются с определенной периодичностью, то и сленг подвержен частым изменениям.

В словаре лингвистических терминов О.С. Ахмановой сленг трактуется как элементы разговорного варианта той или иной профессиональной и социальной группы, которые, проникая в литературный язык или в речь людей, приобретают в этих разновидностях языка особую эмоционально-экспрессивную окраску (особую лингвостилистическую функцию) [1, 2008: 408].

Одной из наиболее популярных работ, посвящённых проблеме сленга, является книга крупнейшего исследователя сленга Э. Партриджа «Slang Today and Yesterday». В данной работе Э. Партридж определяет сленг как сознательное, преднамеренное употребление элементов общелитературного словаря в разговорной речи в чисто стилистических целях: для создания эффекта новизны, необычности, отличия от признанных образцов, для передачи определённого настроения говорящего, для придания высказыванию конкретности, живости, выразительности, зримости, точности, краткости, образности, а также, чтобы избежать штампов и клише. Это достигается, как считает этот исследователь, использованием таких стилистических средств, как метафора, метонимия, синекдоха, эвфемизм. В сленге, по мнению Э. Партриджа, широко используются звукоподражание, словосложение, сокращение состава слова, превращение имён собственных в нарицательные, заимствования, а также новообразования, окказионализмы, слова, заимствованные из жаргона [10, 2003: 135].

Роль сленга в музыкальных произведениях значительна, ведь сленг привлекает современную молодежь эмоционально-экспрессивной окраской и интересными омофонными средствами передачи смыслового содержания произведения. Хип-хоп сленг – это различное накопление терминов в общении на улице, которые изменяются часто и параллельно развитию самого хип-хопа. Сленгу присуща некая художественность, красота, ведь человек, употребляющий в своей речи сленг, поступает нестандартно, неординарно, когда он изобретает и использует новую, яркую и остроумную лексику. В хип-хоп сленге многие лексико-грамматических единицы переосмысливаются и трансформируются, часто не соответствуя общепринятым языковым нормам.

Сленг чаще всего используется в прямой речи носителя языка, однако, с определенной периодичностью мы можем встретить его и в искусстве. Так, для нас открывается возможность рассмотреть перевод работы одного из наиболее известных современных музыкальных исполнителей на предмет наличия в тексте сленга и его вариантов перевода.

Автор, работы которого мы рассмотрели в нашем научном исследовании, Маршалл Брюс Мэтерс является известным американским репером, более известным под псевдонимом Эминем. Тексты песен Эминема – это своеобразный словарь американского сленга, а в 2015 году его признали исполнителем с самым большим словарным запасом.

Мы обратили внимание на то, что переводы современных песен, представленные в свободном доступе, значительно отличаются друг от друга своим качеством и вариативностью. На наш взгляд это зависит от конкретного переводчика, выполнившего данную работу, поскольку это мог быть переводчик профессионал или же переводчик любитель.

Опираясь на тексты песен, и дословно переведя их, мы можем не только в полной мере узнать нюансы перевода и структуры английского языка, но и дополнительно получить информацию о культуре исходного языка. Сленг под собой подразумевает очень сильную психическую и эмоциональную картину. Только разобрав дословный перевод и изучив словообразование, мы можем делать выводы о смысле произведения. Тем самым можно сказать, что каким бы простым слово или фраза нам не казалась, оно несёт намного больше для своего носителя чем для изучающего.

Сравним переводы текстов песен Эминема, выполненные переводчиками любителями, которые были опубликованы на сайте лингво-лаборатории «Амальгама» [3], [4] и «Lyrsense» [5], [6]. Например, песня «RapGod» [8] имеет множество сленговых выражений:

Таблица 1- Перевод песни «RapGod»

Подробный перевод	**Перевод «Amalgama»**	**Перевод «Lyrsense»**
I make elevating music, you make elevator music. – Моя музыка возвышает, а ваша идёт фоном. Elevator music – (дословно музыка лифта) фоновая музыка, дословно музыка, которая звучит в лифте. Эта музыка простая и не имеет какого-либо смысла. Elevating music –	*I make elevating music, you make elevator music. – Моя музыка стремится вверх, а ваша – на лифте ползет вниз.* (Игра слов. Elevating music – творчество Эминема разнообразно: эксперименты с рифмами, музыкой, сравнениями. Elevatormusic – нудная музыка, звучащая в лифте - намек на то, что в рэпе нет интересных рэперов.)	*I make elevating music, you make elevator music. – Я создаю мега музыку, а ваша еле ползет наверх*

(дословно возвышенная, облагораживающая музыка). Toelevate – поднимать, возвышать. Очевидно, именно этой строчкой исполнитель Эминем указывает на разницу песен, написанных им и его критиками.		
pissing match – (дословно бесполезный спор) Спор или состязание воли, часто подлый и по пустякам или незначительным вопросам.	*pissing match (сленг) – бесполезный спор*, когда один говорит: «Ты первый», а другой в ответ: «Нет, ты первый» и так до бесконечности.	*pissing match – спорить со мной по поводу острословия в рэпе.*
To bust a rhyme- (To bust – сломать, a rhyme – рифма, дословно – *сломать рифму) срифмовать.*	*To bust a rhyme – обучить их читке.* Эминем собирается обучить плохих рэперов, как правильно рифмовать. Здесь его музыка сравнивается со школьным автобусом, т. е. слушая его песню рэперы попадают в школу.	*To bust a rhyme – обучить их читке.*
Noodles – глупый человек (дословно лапша).	*Noodle – лапша, так же синоним слова brain (мозги).* Игра слов с рамен – японским блюдом с пшеничной лапшой. Также идет созвучие слова ramen и rhyming, т. е. получается рифмующий мозг.	*Noodle – лапши рамэн.*
– To shoot for the moon – добиться успеха (дословно выстрелить до Луны).	*To shoot for the moon* – Делается метафорическое сравнение: Эминем оказал огромное влияние на развитие рэпа, удивив весь Мир. Пытаясь дотянуться до звезд (т. е. добиться успеха), он ставил перед собой высокие, порой труднодостижимые цели (shoot for the moon).	*To shoot for the moon дотянуться до звезд.*
He is bananas – он сумасшедший (на сленге to go bananas – сходить с ума).	*He is bananas* – он шизоид.	*He is bananas – он такой шизоид.*

Рассмотрим еще один пример из творчества этого исполнителя. В песне под названием «Beautiful» [9] тоже имеются много сленговых выражений для описания чувства печали и лексику о преодолении проблем.

Вот некоторые из них:

Таблица 2 – Перевод песни «Beautiful»

Подробный перевод	**Перевод «Amalgama»**	**Перевод «Lyrsense»**
To get out of this slump – выбраться из очень	*To get out of this slump* – выйти из этого	*To get out of this slump* – выйти из этой ямы.

депрессивной ситуации (to get out – выбраться, a slump – кризис).	кризиса.	
To get over a hump – преодолеть трудную ситуацию (to get over – преодолеть трудности, a hump – горб).	*To get over a hump – обойти эту преграду.*	*To get over a hump – обойти эту преграду.*
To come to grips with something – дословно смириться с чем-то. На сленге «осознать проблему и взяться за её решение».	*To come to grips with something – согласиться с тем.*	*To come to grips with something – принять мнения.*
To wallow in one's sorrow-погрязнуть в своей печали (to wallow – валяться, барахтаться, in one's sorrow – в своем горе).	*To wallow in one's sorrow – утопать в грусти.*	*To wallow in one's sorrow – барахтаться в грусти.*
Hard to swallow – сложно поверить, тяжело смириться (дословно тяжело проглотить, to swallow – глотать).	*Hard to swallow – трудно переварить.*	*Hard to swallow – трудно переварить.*
To pick this pen up - взяться за работу (дословно подобрать ручку, to pick up – поднимать, подбирать).	*To pick this pen up – чтобы ручку взять.*	*To pick this pen up – начать писать.*

Проанализировав переводы двух музыкальных произведений, можно сделать вывод, что качество перевода зависит от профессионализма переводчика, но и бывают случаи, когда переводчик переводит выражения сленга буквально и не ищут эквиваленты в русской культуре, поэтому смысл музыкального произведения теряется. Подводя итог выше сказанного, хочется отметить следующее, что касается сленга, и переводов английских текстов, сленг является неотъемлемой частью английского языка, он развивается и эволюционирует вместе с ним и в какой-то момент часть сленга, возможно, станет языковой нормой. Музыка играет очень важную роль в жизни людей, жизнь сегодня уже немыслима без нее, осознанно или нет мы ежедневно и неоднократно слышим ее и воспринимаем. От качества и грамотности написанного текста песни будет зависеть, что будет «завтра» языковой нормой в обществе и как мы будем «говорить».

Список использованных источников

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова – М.: – 2008. – 608 с.

2. Береговская Э.М. Молодежный сленг: формирование и функционирование / Э.М. Береговская // Вопросы языковедения, 2002. – №3. – 354 с.

3. Перевод текста песни Eminem – RapGod [Электронный ресурс] /Лингво-лаборатория «Амальгама».– Режим доступа: https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/rap_god.html (дата обращения: 13.10.2022)

4. Перевод текста песни Beautiful исполнителя Eminem [Электронный ресурс] / Лингво-лаборатория «Амальгама».– Режим доступа: https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/beautiful.html (дата обращения: 13.10.2022)
5. Перевод текста песни Rap God исполнителя Eminem [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://en.lyrsense.com/eminem/rap_god#v2 (дата обращения: 13.10.2022)
6. Перевод текста песни Beautiful исполнителя Eminem. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://en.lyrsense.com/eminem/beautiful_e (дата обращения: 13.10.2022)
7. Прохоров А.М. Большая советская энциклопедия / гл. ред. А.М. Прохоров. 3-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1969 –1978.
8. Текст песни RapGod исполнителя Eminem. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://genius.com/Eminem-rap-god-lyrics (дата обращения: 13.10.2022)
9. Текста песни Beautiful исполнителя Eminem. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://genius.com/Eminem-beautiful-lyrics (дата обращения: 13.10.2022)
10. Partridge E. Slang Today and Yesterday. London: Routledge and Kegan Paul, – 2003. – 293 p.

81.255.4

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК ОБЪЕКТ ПЕРЕВОДА (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОГО БЫТОВОГО АНЕКДОТА)

Сарапулова П. О.
Студент, Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, sarapulova@sfedu.ru

Научный руководитель: Серегина Марина Александровна, кандидат педагогических наук, доцент Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону

Аннотация: Актуальность работы обусловлена ростом требований к качеству перевода языковой игры в анекдотах. Целью исследования является изучение особенностей перевода разных приемов языковой игры в немецких бытовых анекдотах на русский язык для выявления достоинств и недостатков ее переводческих методов. В результате было выявлено, что лексическая, синтаксическая и фонетическая языковая игра являются наиболее распространенными видами языковой игры в немецких бытовых анекдотах, а их языковая локализация часто осуществляется с помощью таких приемов, как опущение, калькирование и компенсация.

Ключевые слова: языковая игра, бытовой анекдот, перевод, немецкий язык.

LANGUAGE PLAY AS AN OBJECT OF TRANSLATION (ON THE MATERIAL OF A GERMAN HOUSEHOLD JOKE)

Sarapulova Polina Olegovna, student, Southern Federal University, Rostov-on-Don, sarapulova@sfedu.ru

Research advisor: Seregina Marina Aleksandrovna, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor at the Institute of Philology, Journalism and Intercultural Communication, Southern Federal University, Rostov-on-Don

Abstract: The relevance of the work is due to the growing demands on the quality of translation of language play in jokes. The aim of the research is to study the peculiarities of the translation of different methods of language play in German domestic jokes into Russian in order to identify the advantages and disadvantages of its translation methods. As a result of the study it was found that lexical, syntactic and phonetic language play are the most common types of language play in German domestic jokes, and their linguistic localization is often carried out with the help of such techniques as omission, calibration and compensation.

Key words: language play, household anecdote, translation, German.

Юмор – интеллектуальная способность человека замечать в явлениях комические стороны. Он является важной частью любой лингвокультуры, т. к. у каждого народа есть темы для высмеивания, например: жадность, глупость, супружеская неверность, вредные привычки или манера одеваться и т. д. Анекдот является одним из самых популярных жанров народного юмора.

Согласно толковому словарю Ушакова [8, 2014], анекдот – это вымышленный, короткий рассказ о смешном, забавном происшествии. На основе типологии юмора Г. Г. Почепцова [5, 1990: 11] выделяют два типа анекдотов:

1. ситуативный – небольшая история, в которой комический эффект создается за счет описания некой смешной или нелепой ситуации;

2. лингвистический – история, юмористический оттенок в которой создается за счет обыгрывания языковых средств.

Юмор в данный момент является одним из важнейших средств коммуникации в условиях современного общества. Как следствие, происходит рост требований к качеству перевода языковой игры в анекдотах и появляется необходимость наиболее точно передать смысл шутки. Для выявления особенностей локализации языковой игры в немецком языке в качестве материала исследования были отобраны 30 случаев языковой игры из 511 лингвистических немецких бытовых анекдотов с русским переводом из сборника немецких анекдотов И. Франка «Немецкий шутя. 400 анекдотов для начального чтения» [9, 2019] и с соответствующих сайтов в сети Интернет [1], [12].

Игра в общем понимании рассматривается как модель особого поведения и своеобразного отношения к происходящему. Игру, связанную с языковой и речевой деятельностью человека, называют языковой игрой. Содержанием такого вида игры является информация, имеющая скрытое значение. Термин языковой игры был впервые введен философом Людвигом Витгенштейном в его работе «Философские исследования» (1953), где он рассматривает понятие Sprachspiel (языковая игра) как «плюрализм смыслов» [3, 2018: 58]. Понятие Л. Витгенштейна послужило причиной многочисленных споров и вынудило таких лингвистов, как В. З. Санникова, Т. А. Гридина и Ф. Хаусманна, сформулировать более узкие определения, ни одно из которых до сих пор не является универсальным. Несмотря на отсутствие единого взгляда на определение языковой игры, лингвисты сходятся во мнении о том, что отличительной чертой данного феномена является отклонение от языковой нормы.

В результате анализа существующих определений термина языковой игры была выведена следующая трактовка: «Языковая игра – это сознательное нарушение языковой нормы с целью создания комичного эффекта».

Анализ теоретической литературы по теме проведенного исследования показал, что также отсутствует единая классификации языковой игры. Такие ученые, как М. Ю. Барабанова, В. З. Санников, И. А. Терентьева, предлагают ее типологизацию в зависимости от языкового уровня:

- графическая языковая игра – графическое сходство слов;
- фонетическая языковая игра – фонетическое сходство слов;
- словообразовательная языковая игра – образование окказионализмов префиксальным или суффиксальным способом;
- морфологическая языковая игра – употребление слова в иной морфологической категории;
- лексическая языковая игра – прием, основанный на многозначности одного и того же слова;
- синтаксическая языковая игра – употребление стилистических фигур, использованных для усиления выразительности высказывания;
- смешанный тип языковой игры – смешение фонетической и семантической игры одновременно.

Согласно проведенному анализу собранной картотеки исследования наиболее распространенными видами языковой игры в немецких бытовых анекдотах являются лексическая языковая игра (встретилась в 18-и из 30 случаев), синтаксическая (8) и фонетическая (4). Языковая локализация каждого вида языковой игры имеет свои особенности.

Лексическая языковая игра – такая языковая игра, реализация которой осуществляется посредством каламбура или путем обыгрывания омонимии слов. Главная особенность перевода такого вида игры заключается в том, что в разных языках объем

значений лексем может не совпадать, – у одной лексемы кроме прямого значения может быть еще несколько дополнительных значений:

Пример 1.

Wieso läuft eine Blondine mit einer Ketchup-Flasche auf dem ***Kopf*** *herum? Auf der Verpackung stand:"Vor Gebrauch auf den* ***Kopf*** *stellen!"*

Перевод:

Почему блондинка идет с бутылкой кетчупа ***на голове****? На упаковке стоит: «Перед употреблением поставьте* ***на голову****!» (*здесь и далее приводится перевод автора – П.С.*)*

В данном примере лексема «*der Kopf*» в оригинале имеет два значения: «*голова человека*», и «*крышка, верхняя часть бутылки*». В русском языке два данных значения не имеют связи, т. к. верхнюю часть бутылки нельзя назвать «*головой*». Анекдот переведен буквально, в результате чего была утрачена игра слов, а вместе с ней и комизм анекдота.

Синтаксическая языковая игра – игра, при которой одна синтаксическая конструкция допускает неоднозначность, при намеренном нарушении сочетаемости слов или толкование конструкции может иметь несколько вариантов. Задачей синтаксической игры является построение многозначного фрагмента, противоречивость содержания которого имеет своей целью запутать реципиента:

Пример 2.

Der Richter wiederholt die Anklage: "Sie haben Ihren Meister mit dem Hammer auf den Kopf geschlagen und behaupten allen Ernstes, er hätte Sie dazu aufgefordert..." – "Natürlich!" Er sagte zu mir: "Jetzt nehme ich das Eisen aus dem Feuer, und wenn ich mit dem ***Kopf*** *nicke, schlägst du mit dem Hammer* ***drauf****!"*

Перевод:

Судья повторяет обвинение: «Вы ударили мастера по голове молотком и теперь совершенно серьезно утверждаете, что он сам попросил Вас об этом...» – «Конечно! Он мне сказал: «Я достану железку из огня и когда я кивну ***головой****, ударь* ***по ней*** *молотком!»*

В данном примере структура предложения допускает отношение местоименного наречия «*darauf*» к обоим существительным «*das Eisen*» и «*der Kopf*», на чем строится комический эффект в данном анекдоте. В переводе удается сохранить комизм как в оригинале, т. к. в русском языке род у обоих существительных совпадает.

Фонетическая языковая игра – игра, основанная на сходном фонетическом облике лексем в языке. Данный вид игры – сложный случай для переводчика, так как фонетически данные лексемы в языке оригинала и языке перевода могут отличаться:

Пример 3.

Zwei Freundinnen im Theater:

– Das Stück war schön, aber ich finde es ein bisschen dumm. Wie denkst du?

– Ach! Du weißt ja, wie sagt man! Wenn das Drama zu ***gelehrt*** *ist, dann ist das Theater* ***geleert****.*

Перевод:

Две подруги в театре:

– Пьеса хороша. Однако на мой взгляд глуповата. Как думаешь?

– Ах! Ты же знаешь, как говорят? Если драма слишком ***заумная****, тогда театр совсем* ***пустой****.*

В немецком языке имя прилагательное «*gelehrt*» означает «*образованный*» или «*поучительный*», если речь идет, как в данном случае, о пьесе, а причастие «*geleert*» – «*пустой*», когда речь идет о помещении. Смысл языковой игры в данном примере заключается в схожести фонем. При переводе комический эффект теряется, поэтому задачей переводчика будет найти иной, более удачный способ перевести анекдот, или предложить комментарий.

Феномен языковой игры, исследуемый в данной статье, безусловно требует большого внимания в процессе перевода исходного текста. Перед переводчиками неизбежно возникает непростая задача – осуществить перевод, предельно приближенный к содержанию оригинального текста с сохранением экспрессивности. Если достичь точности не представляется возможным для специалиста, текст перевода может быть изменен им так, чтобы реципиенту был понятен только смысл. Буквальный перевод языковой игры часто представляется больше исключением, чем нормой. Именно в связи с тем, что языковую игру не всегда возможно передать со стопроцентной точностью, в современной лингвистике появляются новые подходы к ее переводу, что позволяет сделать целевой текст более адаптированным для понимания читателя или слушателя.

При переводе языковой игры переводчику необходимо тщательно проанализировать все способы ее передачи и выбрать тот, который дает наибольшие преимущества. Преодоление трудностей, связанных с переводом языковой игры, позволяет также определить творческий характер переводческой деятельности. Выявление подходящих способов перевода для передачи языковой игры в немецких анекдотах является одной из главных задач проведенного исследования. М. С. Чиж и И. И. Данилова [10, 2012: 168] выделяют три основных способа перевода языковой игры: опущение, калькирование и компенсация.

Опущение – прием, при котором переводчик передает содержание, но жертвует формой языка оригинала.

Пример 4.
– Du hast da etwas Grünes am Mund.
*– **Wasabi**?*
– Du hast da etwas Grünes am Mund!!!
Перевод:
– У тебя что-то зеленое в углу рта.
*– **Что**?*
– У тебя что-то зеленое в углу рта!!!

Фонетическая игра в данном анекдоте осуществляется за счет схожести звучания слова «*der Wasabi»* и фразы «*Was hab' i'*?» (Was habe ich?) на диалекте. Так как буквально перевести данный анекдот без потери комической составляющей не удастся, при переводе лексема «васаби» опускается и ее отсутствие заполняется вопросом с двойным значением: «*Что*?» (Что на лице?) и «*Что*?» (Что ты сказал?). В данном случае теряется изначальная форма шутки, но комический эффект сохраняется.

Калькирование – дословный перевод словосочетания или целой фразы в оригинале на язык перевода, при котором полностью сохраняется изначальная форма и ее содержание.

Пример 5.
*Leutnant von Schweinitz hat in Stettin auf der Straße vor der Kaserne die **Einjährigen** eintreten lassen und erteilt ihnen noch einige Befehle. In diesem Augenblick geht ein Kindermädchen vorbei und hält auf dem Arm ein kleines Kind, das aus vollem Halse schreit. Wer schreit denn da so, dass man sein eigenes Wort nicht verstehen kann!, ruft der Leutnant. "Ach, natürlich auch so ein **Einjähriger**!"*

Перевод:

Лейтенант фон Швайниц провел построение в Штеттине на улице перед казармой ***годичных*** *и отдал им еще несколько приказаний. В этот момент мимо проходит няня, держа на руках маленького ребенка, который кричал во все горло. «Кто там так орет, что и слова своего не поймешь!» – кричит лейтенант. «Ах, конечно, еще один* ***годовалый****!»*

Шутка в этом анекдоте строится на обыгрывании многозначности существительного «*der Einjährige*», которое, с одной стороны, имеет значение «*призывник, служащий в течение одного года*», а с другой – «*годовалый ребенок*». Так как в русском языке отсутствует лексема, обозначающая солдат на годовой службе, ее заменяет калька «*годичный*», что позволяет сохранить как смысл анекдота, так и комический эффект.

Компенсация – такая замена игры в оригинале, при которой в переводе из-за ее формы и содержания создается равный эффект для читателей целевого текста.

Пример 6.
Zwei Studenten:
– Wovon lebst du?
– Ich ***schreibe.***
– Und ***was****?*
– Nach Hause, dass ich Geld brauche!
Перевод:
Два студента:
– На что ты живешь?
– Я ***пишу****.*
– А ***что именно****?*
– Домой, что мне нужны деньги.

Синтаксическая языковая игра основана на глаголе «*писать*» с двойным управлением: schreiben nach D. – писать (куда-л.) и schreiben A.– писать (что-л.). В данном случае лексема «*что*» не полностью передает утраченное значение «И что ты пишешь?», следовательно, в языке перевода возникает переносное значение «И что, как идут дела?». Для того, чтобы вернуть фразе прямое значение, при переводе утраченные смысловые элементы компенсируются лексемой «*именно*», что позволяет сохранить изначальный смысл шутки.

Таким образом, наиболее распространенными видами языковой игры в немецких бытовых анекдотах являются лексическая, синтаксическая и фонетическая языковая игра. Также необходимо учитывать тот факт, что несмотря на возможность успешного выполнения поставленной задачи, а именно сохранения в переводе общего смысла и комического эффекта, стоит помнить, что при переводе любой языковой игры могут возникать затруднительные моменты. В таких случаях переводчику следует рассмотреть вариант использования таких способов перевода языковой игры, как опущение, калькирование и компенсация.

Список использованных источников

1. Анекдоты на немецком языке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.de-online.ru/publ/anekdoty/4-1 (дата обращения 10.04.2022).

2. Барабанова М. Ю. Языковая игра: виды, структура, функции / М. Ю. Барабанова // Университет XXI века: научное измерение. – Тула: Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого. – 2010. – С. 111-114.

3. Витгенштейн Л. Философские исследования / Л. Витгенштейн. – М.: АСТ, 2018. – С. 58.

4. Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество / Т. А. Гридина. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 1996. – С. 20-40.

5. Почепцов Г. Г. Язык и юмор / Г. Г. Почепцова. – Киев: Вища школа, 1990. – С. 11.

6. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – М.: Яз. рус. культуры, 1999. – С. 23.

7. Терентьева И. А. Типы лингвистических анекдотов / И. А. Терентьева // Вестник ВГУ. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2014. – № 3. – С. 36-38.

8. Ушаков Д. Н. Толковый словарь современного русского языка / Д. Н. Ушаков. – М: Аделант, 2014. – 800 с.

9. Франк, И. Немецкий шутя. 400 анекдотов для начального чтения / И. Франк. – М.: ВКН, 2019. – 336 с.

10. Чиж М. С. Особенности перевода каламбура / М. С. Чиж // Успехи современного естествознания. – 2012. – №5. – С. 168.

11. Hausmann F. J. Studien zu einer Linguistik des Wortspiels. Das Wortspiel im “Canard enchaine” / F. J. Hausmann. - Tuebingen: Max Niemeyer Verlag, 1974. – S. 76.

12. Wortspiele: 9 Arten von Wortspielen & 70 Wortwitze [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.schreiben.net/artikel/wortspiele-wortwitze-7196/ (дата обращения 10.04.2022).

УДК 81`25

ТРУДНОСТИ ПРЕДПЕРЕВОДЧЕСКОГО ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДОВ ПОВЕСТИ А. И Б. СТРУГАЦКИХ «ПОНЕДЕЛЬНИК НАЧИНАЕТСЯ В СУББОТУ» НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК)

Сытенкова А. Д.

Магистрант Брянского государственного университета им. акад. И.Г. Петровского, г. Брянск, alyona_sytenkova@mail.ru

Научный руководитель: Селифонова Елена Дмитриевна, кандидат филологических наук, доцент Брянского государственного университета им. акад. И.Г. Петровского, г. Брянск

Аннотация: Статья посвящена герменевтическому анализу повести А. и Б. Стругацких «Понедельник начинается в субботу» и ее переводов. Затрагивается тема особенности герменевтического толкования художественных текстов с национально-культурными особенностями. В статье освещаются особенности герменевтики, как раздела лингвистики, а также рассматривается явление прецедентных феноменов**.** На основании анализа устанавливается, что герменевтический предпереводческий анализ при переводе художественного текста – трудоемкий процесс, требующий углубленного изучения всех тонкостей приемов перевода.

Ключевые слова: герменевтическое толкование; художественный текст; прецедентный феномен, аллюзии, национально-культурное явление.

DIFFICULTIES OF PRE-TRANSLATION HERMENEUTIC ANALYSIS OF THE LITERARY TEXT (BASED ON TRANSLATIONS OF THE NOVELLA BY A. AND B. STRUGATSKY “MONDAY BEGINS ON SATURDAY” INTO ENGLISH)

Sytenkova Alyona Dmitrievna, master's student of Bryansk State University named after academician I.G. Petrovsky, Bryansk, alyona_sytenkova@mail.ru

Research advisor: Selifonova Elena Dmitrievna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of Bryansk State University named after academician I.G. Petrovsky, Bryansk

Abstract. The article is devoted to the hermeneutic analysis of A. and B. Strugatsky’s novella “Monday begins on Saturday” and its translations. The issue of the peculiarities of hermeneutical interpretation of literary texts with national and cultural characteristics is touched upon. The article clarifies the features of hermeneutics as a branch of linguistics, and also considers the phenomenon of precedent phenomena. Based on the analysis, it is established that the hermeneutic pretranslation analysis performed while translating a literary text is a laborious process that requires in-depth study of all the subtleties.

Key words: hermeneutical interpretation; literary text; precedent phenomenon, allusions, national-cultural phenomenon.

Произведения мировой литературы – это не только кладезь гениальных мыслей, человеческого опыта и душевных терзаний, но и конгломерат исторических фактов, искусствоведческих понятий, культурных реалий разных эпох, национальных образов.

Отличительной чертой художественных текстов можно считать большое число национально-культурных явлений, присутствие которых существенно влияет на восприятие произведения реципиентом. Перевод подобных текстов на иностранный язык представляется сложным процессом, потому что переводчикам приходится не просто использовать весь арсенал переводческих инструментов (переводческие стратегии, приемы), но и адекватно и максимально точно передать средствами языка перевода реалии разных типов, используемые автором для передачи задуманного. Герменевтика как молодое направление в лингвистике сопутствует толкованию художественных текстов, так как задача данного направления – раскрывать скрытый смысл текстов. Роль предпереводческого герменевтического анализа при переводе художественного текста до сих пор недостаточно изучена, чем объясняется научная новизна данного исследования.

Цель данной работы заключается в анализе трудностей предпереводческого герменевтического толкования художественного текста на примере фантастической юмористической повести А. и Б. Стругацких «Понедельник начинается в субботу».

Объектом работы является система прецедентных феноменов в повести А. и Б. Стругацких «Понедельник начинается в субботу» и особенности их перевода на английский язык.

Актуальность исследования заключается в том, что на примере сравнительного анализа двух переводов культовой повести братьев Стругацких на русский язык выявляются трудности предпереводческой деятельности, связанные с герменевтическим толкованием авторских идей.

Последующее исследование невозможно без определения границ понятия *герменевтика* (греч. hermeneutike, от hermeneuo «объясняю, перевожу»), которая в широком смысле понимается как искусство истолкования и понимания. Длительное время герменевтика ограничивалась истолкованием текстов, но в XX веке приобрела черты философской дисциплины.

В этой связи, необходимо обратиться к работам Фридриха Шлейермахера, известного немецкого богослова, философа и переводчика, основоположника современной филологической герменевтики. Он полагал, что герменевтика – это учение об искусстве постижения чужой индивидуальности, которое заключается в том, что толкователь «превращается» в того, чью речь он толкует и пытается созерцать его индивидуальность непосредственно [5, 2004: 26].

По мнению немецкого историка культуры и философа-идеалиста Вильгельма Дильтея, герменевтика представляет собой специфический метод наук о духе, необходимый для обеспечения реконструкции духа культур прошлых эпох и понимание событий, исходя из субъективных намерений деятелей [1, 2001: 124].

Итак, проанализировав понятие *герменевтика* через призму философии, культуры, перевода, можно сделать следующий вывод: в широком смысле герменевтика – искусство толкования и понимания, а в узком смысле – это учение об истолковании и интерпретации текстов.

Герменевтическое толкование включает в себя различные инструменты: прецедентный феномен, в рамки которого входят прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентное имя, прецедентная ситуация. Понятие *прецедентный текст* впервые было введено в научное обращение выдающимся советским учёным Ю. Н. Карауловым. По его мнению, прецедентными тексты имеют особый характер, являются значимыми для любой личности, а также должны быть хорошо известны предшественникам и современникам данной личности [2, 2010: 216].

Современные художественные тексты содержат обилие герменевтических средств, воплощенных в прецедентных именах и высказываниях, и при их переводе необходимо сохранить эффект, который прецедентная единица производит на «носителя» данного прецедента [3, 2014]. Таким образом, сложность, с которой может столкнуться переводчик при работе с герменевтическими особенностями художественного текста заключается в

требовании знания типологии культурной и исторической традиции, и, как следствие, контекста эпохи. Несомненно, в данный перечень входит изучение биографии писателя, с особенностями его стиля и взглядов.

Выбранное для анализа произведение А. и Б. Стругацких «Понедельник начинается в субботу» (1964) по праву считается культовым. Данная повесть является богатым источником для герменевтического исследования, так как она изобилует прецедентными феноменами всех типов – от прецедентного имени до прецедентной ситуации, которые представляются достаточно сложными для интерпретации переводчиком с целью раскрытия художественного замысла авторов читателем, принадлежащим к иному языковому и культурному сообществу. Кроме того, творчество А. и Б. Стругацких уникально с точки зрения комбинации фантастики, психологии и философии.

Повесть А. и Б. Стругацких «Понедельник начинает в субботу» была переведена на английский язык дважды. Первый перевод был выполнен Леонидом Рененом в 1977 г. Второй перевод романа в исполнении Эндрю Бромфилда появился в 2005 г.

В исследуемом произведении можно найти много прецедентных феноменов с ярко выраженным национально-культурным характером, что еще раз подтверждает важность владения переводчиками обширными знаниями истории культуры и искусства русского народа для их последующей корректной интерпретации при переводе.

Рассмотрим прецедентные феномены, используемые авторами, с точки зрения трудностей, возникающих при переводе произведения на английский язык. В данной работе лингво-герменевтический анализ проводится на материале переводов Леонида Ренена [8, 1977] и Эндрю Бромфилда [9, 2005]. Первый объект, вызывающий ассоциации, связанные с русскими народными сказками, встречается в начале произведения. Это известный местным жителям музей «*Изнакурножа*», расположенный на улице Лукоморье. С лингвистической точки зрения, лексема *Изнакурножа* является сложносокращенным словом, созданным путем отщепления конечной части составных компонентов – Из(ба) на кур(ьих) нож(ках). Отечественный читатель быстро догадывается о скрытом смысле названия музея и о сложностях, с которыми придется встретиться главному герою, если он решится переночевать в данном месте благодаря ассоциации национально-культурного характера, основанной на русских народных сказках о Бабе Яге.

Анализ исследуемых переводов показывает, что, пытаясь сохранить авторский стиль и одновременно стремясь донести истинный смысл задуманного до реципиента-неносителя русской культуры, Леонид Ренен использует прием транслитерации с последующим переводческим комментарием: “*Iznakurnozh – lzba na kuryikh nozhkakh: Log cottage on hen's legs, of Russian folklore*”. Данный комментарий можно считать герменевтическим, поскольку переводчик не просто предлагает эквивалентное описание избы на курьих ножках, но и соотносит его с русским фольклором. В свою очередь, Эндрю Бромфилд использует собственное новообразование *Lohuchil,* которое ассоциативно не связано с русским фольклором. Примечательно, что в обоих переводах теряется элемент комичности.

При переводе адреса «улица Лукоморье» Леонид Ренен и Эндрю Бромфилд также следуют разным стратегиям [4, 2015]. По задумке авторов, «Улица Лукоморье» аллюзивно отсылает читателя как к произведению А.С. Пушкина «Руслан и Людмила» [6, 2013]. Леонид Ренен вновь прибегает к переводческому комментарию герменевтического характера: «*Lukomoriye – A magical place in Russian literature»*. Эндрю Бромфилд использует семантический перевод, однако попытка подбора аналога исказила авторскую идею: Лукоморье предстает в виде географического объекта без отсылки к его национально-культурной характеристике: *curving seashore.*

Название вымышленного Научно-исследовательский институт чародейства и волшебства (НИИЧАВО) становится серьезным препятствием для переводчиков. Леонид Ренен использует аббревиатуру SRITS и дает ее расшифровку – The Scientific Research Institute for Thaumaturgy and Spellcraft. Хотя Эндрю Бромфилд также использует

аббревиатуру, его вариант перевода можно считать более адекватным и эквивалентным – NITWIT – The National Institute for the Technology of Witchcraft and Thaumaturgy. В данном варианте перевода можно заметить игру слов, так как *nitwit* в переводе с английского обозначает «олух, простофиля». Таким образом, второй анализируемый вариант более удачен, так как читатель может оценить комичность данной двойной аллюзии, с одной стороны, к научной жизни описываемого общества, с другой стороны, к иллюзорному миру волшебников и волшебниц.

Следующий пример, вывеска на дубе «КОТ НЕ РАБОТАЕТ», построен на игре слов, где лексема КОТ может трактоваться и как аббревиатура, и как наименование сказочного животного из известного произведения А.С. Пушкина. Первоначально главный герой расшифровывает лексему КОТ как «Комитет оборонной техники», однако чуть позже выясняется, что это очередная аллюзия на произведение А. С. Пушкина «Руслан и Людмила». В переводе Леонида Ренена вывеска «CAT OUT OF ORDER» уводит англоязычного читателя от двусмысленного понимания, поскольку английское выражение *out of order* применяется только по отношению к неодушевленным предметам. Вариант Эндрю Бромфилда – «CAT not working management» позволяет сохранить в переводе абсурдность и комичность, и, как следствие, более лаконичен.

Прецедентным феноменом, а именно, прецедентным персонажем является образ смотрителя музея Изнакурнож Наины Киевны Горыныч. Двумя основными источниками образа Наины Киевны являются фольклорный образ Бабы Яги и литературный образ ведьмы Наины из поэмы «Руслан и Людмила» А. С. Пушкина. Стоит отметить, А. и Б. Стругацкие умело соединили литературные, исторические и фольклорные черты, что делает персонажа еще более колоритным. На этапе знакомства с героиней заведомо ясно, какие черты характера ей присущи. Фамилия Горыныч – однозначная отсылка к образу волшебного трехглавого Змея Горыныча, одного из отрицательных сказочных персонажей наряду с бабой Ягой. Первоисточником отчества представляется город Киев – столица Древнерусского государства, тесно связанная с историей страны. И у Леонида Ренена, и у Эндрю Бромфилда имя героини переводится с помощью приема транслитерации – Naina Kievna Gorynych.

Большой интерес для герменевтического анализа составляет насыщенная аллюзиями речь Наины Киевны. Например, при знакомстве с главным героем, в обращении Наины Киевны прослеживается умелое сочетание элементов предсказания и разговорного дискурса: «А не надо, – сказала старуха, пристально меня рассматривая. – Сама вижу. Привалов Александр Иванович, одна тысяча девятьсот тридцать восьмой, мужской, русский, член ВЛКСМ, нет, нет, не участвовал, не был, не имеет, а будет тебе, алмазный, дальняя дорога и интерес в казенном доме, а бояться тебе, бриллиантовый, надо человека рыжего, недоброго, а позолоти ручку, яхонтовый... » [7, 2021:11]. Образные средства, используемые авторами, отсылают к чертам, связанным с цыганским гаданием, с характерными эпитетам («алмазный», «бриллиантовый», «яхонтовый») и устойчивыми словосочетаниями («казенный дом», «дальняя дорога», «позолоти ручку»).

Вышеупомянутые эпитеты и лексемы представляют особую сложность для их герменевтического толкования. Так, в переводе Леонида Ренена «–Don’t bother, said the crone, riveting me with her gaze. – I can see for myself. Privalov, Alexander Ivanovich, 1938, male, Russian, member of VLKSM, no, no, has not participated, had not, was not, but will have, my crystal one, a long, long road and an interest in a government house, and what you should fear and avoid, my very diamond, is an ill-willed redheaded man, and won’t you gild my palm, my precious». Леонид Ренен использует переводческий прием калькирования в следующих случаях: *казенный дом* – «interest in a government house», *позолоти ручку* – «gild my palm», *тебе, алмазный* – «my very diamond». В свою очередь, Эндрю Бромфилд прибегает к функциональным эквивалентам при переводе данного высказывания: интерес в казенном доме – «do business in a public place», *позолоти ручку* – «cross my palm with gold», *тебе, алмазный* – «my precious».

Различие в выборе стратегий перевода лексем в данном случае не повлияло на сохранение в обоих переводах комического эффекта, который возникает за счет резкого перехода с разговорного дискурса на гадания. Итак, образ Наины Киевны Горыныч представляет собой включенный в современную реальность пародийную аллюзию на фольклорный образ Яги.

Таким образом, можно сделать вывод, что герменевтическое толкование текста в ходе проведения предпереводческого анализа художественных произведений, содержащих элементы национальной народной культуры, национальной литературы, является обязательным условием создания последующего адекватного и эквивалентного перевода, который будет понятен реципиентам, принадлежащим к иному языковому и культурному сообществу и, следовательно, незнакомым или малознакомым с русской национальной культурой и историей. Трактование художественных текстов, насыщенных колоритными явлениями – трудоемкий процесс, который можно назвать настоящим искусством.

Список использованных источников

1. Дильтей В. Собрание сочинений в 6 тт. Т.4: Герменевтика и теория литературы / Под ред. А.В. Михайлова и Н.С. Плотникова / Пер. с нем. под ред. В.В. Бибихина и Н.С. Плотникова. — Научное издание. — М.: Дом интеллектуальной книги, 2001. – 531 с.
2. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов – 7-е изд. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 264 с.
3. Мифтахова М. М. Явление прецедентности как языковой феномен // Вестник Казанского юридического института МВД России. 2014. – №2 (16). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/yavlenie-pretsedentnosti-kak-yazykovoy-fenomen (дата обращения: 17.10.2022).
4. Пушкин А. С. Руслан и Людмила. Поэмы / А. С. Пушкин. – Санкт-Петербург: Лениздат, 2013. – 349 с.
5. Степина А.В., Селифонова Е.Д. Переводческая стратегия: понятия, подходы, классификации//Перспективы науки – 2015: Сборник докладов I Международного заочного конкурса научно-исследовательских работ/Научный ред. А.В. Гумеров. Казань: Ракета Союз, 2015. – С. 378-381.
6. Стругацкий А. Н. Понедельник начинается в субботу: [сказка для научных сотрудников младшего возраста] / А. Н. Стругацкий, Б. Н. Стругацкий. – М. – Издательство АСТ, 2021. – 320 с.
7. Шлейермахер Ф. Герменевтика. – СПб., «Европейский дом», 2004. – 242 с.
8. Monday Begins on Saturday / Translated by Leonid Renen [Электронный ресурс] / New York: DAW Books, 1977.– Режим доступа: https://lingualeo.com/id/jungle/monday-begins-on-saturday-the-first-tale-104242 (Дата обращения: 05.10.2022).
9. Monday Starts on Saturday / Translated by Andrew Bromfield. [Электронный ресурс]. / Chicago: Chicago Review Press, 2017.– Режим доступа: https://efrem.net/arkady-strugatsky/43748-monday_starts_on_saturday.html (дата обращения: 07.10.2022).

УДК 811.111-26

ИСКУССТВО ПЕРЕВОДА И ПЕРЕВОДЧИКА ПРИ ПЕРЕВОДЕ ОБЪЕКТОВ ИСКУССТВА (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДОВ РОМАНА «ДЮНА»)

Тищенко А. С.
Студент, ВолГУ, г. Волгоград, arina-tishchenko@mail.ru

Научный руководитель: Новикова Элина Юрьевна, доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики перевода и лингвистики, «Волгоградский государственный университет», г. Волгоград

Аннотация. Данная работа посвящена особенностям перевода текста художественного произведения как объекта искусства. В статье дается определение понятия подлинного искусства, приводятся отличительные характеристики литературы как вида искусства и обосновывается идея о том, что художественный текст литературного произведения требует особого подхода при переводе. Также выделяются и анализируются доводы, позволяющие считать перевод особым искусством. В качестве материалов исследования был использован текст романа Фрэнка Герберта «Дюна» и переводы, выполненные Юрием Ростиславовичем Соколовым и Павлом Александровичем Вязниковым.

Ключевые слова: искусство, предмет искусства, перевод, литература, художественный образ.

THE ART OF TRANSLATION AND THE INTERPRETER'S ART WHEN TRANSLATING ART OBJECTS (BASED ON TRANSLATIONS OF THE NOVEL DUNE)

Arina Sergeevna Tishchenko, student, Volgograd State University, Volgograd, arina-tishchenko@mail.ru

Research advisor: Elina Yurievna Novikova, Doctor of Philological Sciences, Professor at the Department of Translation Theory and Practice and Linguistics, Volgograd State University, Volgograd

Abstract. This paper focuses on the peculiarities of translating the text of a literary work as an object of art. The author defines the concept of true art, gives the distinctive characteristics of literature as an art form and substantiates the idea that the artistic text of a literary work requires a special approach to translation. The arguments for considering translation as a special art are also highlighted and analysed. As research materials, the text of Frank Herbert's novel Dune and translations by Yuri Rostislavovich Sokolov and Pavel Aleksandrovich Vyaznikov were used.

Key words: art, art object, translation, literature, artistic figure.

Искусство – один из древнейших способов осмысления, отображения и преобразования действительности. При помощи художественного образа – отражения реальности в сочетании с авторской интерпретацией и вымыслом – искусство оказывает на человека эмоциональное и эстетическое воздействие, предоставляет ему доступ к уникальному миру, обособленному от реальности, тем самым обогащая его духовную жизнь. Подлинное произведение искусства не просто подражает действительности, а характеризуется собственным неповторимым смыслом и многообразием значений, цельностью образа; сочетание субъективного авторского опыта и общечеловеческих

понятий позволяет такому произведению стать неотъемлемой частью мирового культурного наследия. Одной из отличительных особенностей подлинного искусства можно считать его противоречивость: оно одновременно погружено в повседневность и противопоставлено обыденности; любое произведение искусства хранит отпечаток конкретной эпохи и в то же время противостоит времени, сохраняясь в веках. [5, 2017: 46]

В отличие от живописи, скульптуры или музыки, литература характеризуется как словесное искусство – материальным носителем художественных образов в данном случае выступает речь. Если способы материального воплощения других видов искусства практически не препятствуют их восприятию и интерпретации представителями различных культур, то литературное произведение, написанное на каком-либо национальном языке, становится доступно читателям по всему миру благодаря деятельности переводчиков. Их творчество является необходимой составляющей мирового литературного процесса [1, 2010: 5].

Художественный текст, несомненно, является предметом искусства. Сложная структура литературного языка дает автору возможность создать практически неограниченную в своем многообразии идеализированную художественную реальность, способную развиваться по собственным законам, не всегда соответствующим обыденной логике вещей. Такой текст одновременно обладает высокой информационной насыщенностью и оказывает эмоционально-эстетическое воздействие на читателя при помощи средств художественной выразительности (это не только метафоры, сравнения и эпитеты, но и особая звуковая организация текста, его ритм и структура). [3, 2009: 129] Ввиду присущих такому тексту особенностей, перевод литературного произведения – это сложный процесс, требующий наличия у переводчика образного мышления и индивидуальных творческих способностей.

Художественный перевод тоже можно считать своего рода искусством. В данном случае слово «искусство» можно понимать и как вид творческой художественной деятельности, и как умело совершаемую практическую деятельность с присущей ей системой методов и приемов. Однако если рассматривать перевод с точки зрения мастерства исполнения, основываясь на субъективно-оценочных критериях, становится очевидно, что на его оценку влияют внешние факторы, такие как индивидуальные предпочтения и фоновые знания реципиента или исторические условия – представления об «искусности» перевода со временем меняются и эволюционируют вместе с обществом. С точки зрения искусства в узком смысле этого слова вторичный характер перевода сближает его с другими видами искусства: переводчик, так же как художник, композитор или скульптор, воспроизводит некий объект действительности, а результатом его труда является индивидуальное отражение данности. Переводческий эквивалент наряду с художественным образом является подобием оригинала, только стремящимся к равноценности, он характеризуется идеальностью и воображаемостью в силу вариативности интерпретации исходного текста. И художественный образ, и переводческий эквивалент – это своего рода допущения, представленные с максимально возможной убедительностью. Оба понятия обладают схожими свойствами и структурой. Основываясь на этих и многих других доводах, можно сделать вывод о том, что перевод – это разновидность искусства, в которой отражается идеальная сущность, заключенная писателем в оригинальном произведении. При этом необходимо различать реальность и авторский концепт, поскольку действительность и созданный писателем конструкт не тождественны [2, 2007: 350 – 352].

Особую свободу самовыражения автору литературного произведения предоставляет жанр фантастики. За счет элемента фантастического допущения писатель имеет возможность проиллюстрировать явления современного ему общества путем их интеграции в вымышленный сеттинг, нестандартные условия повествования способствуют реализации авторского замысла, выражению его философии. Айзек Азимов,

Роберт Хайнлайн, Артур Кларк и другие известные фантасты создали произведения, навсегда вошедшие в историю жанра и мировой литературы в целом.

Культовый роман американского писателя Фрэнка Герберта «Дюна» является одним из таких произведений. Впервые он был опубликован в 1963-1965 годах, впоследствии был издан отдельной книгой, удостоился премий Хьюго и Небьюла и с тех пор не теряет своей актуальности и популярности: его отголоски можно найти и в других произведениях жанра, и в массовой культуре (к примеру, в «Звездных войнах» – одной из самых популярных и узнаваемых медиафраншиз). Несмотря на то, что в романе ярко выражены идеи и ценности, свойственные историческому периоду его создания (например, идеи течения «нью-эйдж» и экологизма), современный читатель, вступая в диалог с текстом «Дюны», находит в нем новые грани и смыслы. Произведение отличается интертекстуальностью и смешением элементов европейской, восточной и азиатской культуры, в нем поднимаются вопросы религии, политики и философии, присутствуют цитаты из религиозных текстов и сюжеты из мифологии.

Перевод фантастической литературы представляет интерес благодаря не только заведомо заложенной в любом художественном тексте многозначности, но и оригинальным фантастическим элементам – псевдореалиям, – требующим отдельного осмысления и интерпретации. Способ передачи этих мирообразующих элементов во многом определяет эффект, оказываемый на читателя произведением в целом – неудачный перевод может привести к тому, что авторский замысел не будет реализован в полной мере. Впервые на русском языке «Дюна» была опубликована в 1990 году в обложке красного цвета, за что получила название «малиновая». Данный вариант перевода нельзя назвать качественным, анонимным переводчиком или группой переводчиков были нарушены не только основные требования к переводу, но и лексические, грамматические и стилистические нормы русского языка. Тем не менее, «малиновая Дюна» имела большой успех у русскоязычных читателей благодаря своей новизне, хотя глубина авторского замысла и была подорвана грубыми, а зачастую и нелепыми переводческими ошибками. Впоследствии были опубликованы еще пять вариантов перевода «Дюны» на русский язык, с их существенными различиями, преимуществами и недостатками, но общепринятой версии, которая полностью раскрыла бы потенциал произведения и устроила всех его поклонников, до сих пор не существует.

Приведем несколько примеров псевдореалий из исходного текста «Дюны» и варианты перевода, предложенные Юрием Ростиславовичем Соколовым и Павлом Александровичем Вязниковым:

Таблица 1

Текст оригинала	Ю.Р. Соколов	П.А. Вязников
…their mortal enemies, the Harkonnens, had been on Arrakis eighty years, holding the planet in **quasi-fief under a CHOAM Company contract** to mine the geriatric **spice**, **melange**. Now the Harkonnens were leaving to be replaced by the House of Atreides **in fief-complete** – an apparent victory for the Duke Leto.	…их смертельные враги Харконнены восемьдесят лет владели Арракисом, где добывали гериатрическое **вещество** по **квазифайфу, контракту компании КАНИКТ**, а теперь Харконенны покидали планету и сменить их **в полном файфе** должен Дом Атрейдесов. Герцог Лето одержал явную победу.	Харконнены, смертельные враги дома Атрейдес, восемьдесят лет властвовали над Арракисом – он был их **квазиленным владением по контракту** на добычу легендарного гериатрического **снадобья**, **Пряности Пряностей,** меланжи – **контракту, заключённому с Харконеннами компанией КООАМ.** Теперь Харконнены уходили, а на их место, уже с **полным леном**, приходили

		Атрейдесы – и бесспорность победы герцога Лето была очевидна.

Данный фрагмент является важной частью экспозиции: автор снабжает читателя информацией о событиях, предшествующих развертыванию сюжета, расстановке действующих лиц, причинах возникновения конфликта. Одновременно с этим Ф. Герберт создает экзотический антураж произведения, используя как реалии мировых культур, так и явления вымышленного мира.

«Fief» – реалия феодального европейского общества. В русском языке существуют такие соответствия как «лен, вотчина, феодальное поместье». «Квазифайф» в переводе Ю.Р.Соколова – калькирование, введенный переводчиком термин непонятен для читателя, в то время как «квазиленное владение» и «полный лен» у П.А. Вязникова – удачно подобранные функциональные аналоги.

«Spice» – одно из ключевых понятий в нарративе «Дюны». Оба переводчика избегают калькирования: Ю.Р. Соколов использует лексико-семантическую замену «вещество» и опускает название «melange»; в переводе П. А. Вязникова – «снадобье» с последующим добавлением «Пряность Пряностей». «Пряность» – наиболее подходящий эквивалент, так как не нарушает узус переводящего языка и стилистику произведения, вызывает у реципиента верные ассоциации (на протяжении повествования меланж часто сравнивается с корицей).

Аббревиатура «CHOAM» – это название трансгалактической торговой компании, его расшифровка – «Combine Honnete Over Advancer Mercantiles». Полное название компании в романе упоминается всего дважды: один раз непосредственно в тексте и второй – в терминологическом справочнике, составленном Ф. Гербертом. П.А. Вязников прибегает к калькированию – «Комбайн Оннет Обер Адвансер Меркантайлс». Оригинальное название приводится не на исходном языке и поэтому может быть заимствовано, к тому же значение аббревиатуры легко извлекаемо из контекста. Ю.Р. Соколов создает новое соответствие, адаптированное для реципиента – «Картель Новых и Качественных Товаров».

Таким образом, текст художественного произведения как объект искусства требует особого подхода при переводе: эмоционально-эстетическое воздействие, оказываемое на читателя, обеспечивается единством формы и содержания произведения, жанровой спецификой, особенностями стиля автора и т.д. Только благодаря мастерству, профессионализму и творческим способностям переводчика литературное произведение может стать достоянием человечества и по праву занять свое место в интернациональном культурном пространстве.

Список использованных источников

1. Гарбовский Н.К. Перевод как художественное творчество // Вестник Московского университета. – 2010. – №3. – С. 4-16.
2. Гарбовский Н.К. Теория перевода: Учебник. // М.: Изд-во Моск. ун-та. – 2007. – с. 544.
3. Кирюхина М.А. Художественный текст как единица художественной речи // Культурная жизнь Юга России. – 2009. – №2. – С. 128-130.
4. Пенионжек Е. В. Структура художественных образов как предмет искусства // МНИЖ. – 2013. – №4-3 (11). – С. 79-80.
5. Политов А.В. Категория семантического хронотопа и сущность произведения искусства // СГН. – 2017. – №1. – С. 105-111.

УДК 81.25

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПЕСЕН В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ФИЛЬМАХ НА ПРИМЕРЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ КОМПАНИИ DISNEY

Филатова В. В.
Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, filvaska@mail.ru

Научный руководитель: Быкова Анастасия Сергеевна, преподаватель кафедры теории и практики перевода, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. Статья посвящена особенностям перевода песен из мультипликационных фильмов на русский язык. Описывается специфика данного вида перевода, а также стратегии выполнения перевода песен. Проведен анализ перевода текстов песен из анимационных фильмов компании Disney «Coco» и «Encanto». Рассматриваются способы и методы, к которым прибегали переводчики при работе с данными текстами. Проводится анализ конкретных переводческих решений.

Ключевые слова: мультфильм, анимационный фильм, перевод песен, аудиовизуальный перевод, динамическая эквивалентность

SPECIAL ASPECTS OF SONG TRANSLATION IN ENGLISH ANIMATED FILMS ON THE EXAMPLE OF DISNEY WORKS

Varvara Filatova, student, Orenburg State University, Orenburg, filvaska@mail.ru

Research advisor: Bykova Anastasia Sergeevna, Lecturer, Department of Translation and Translation Studies, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. The article is dedicated to special aspects of translating songs from animated films into Russian language. The specifics of this type of translation are described, as well as the strategies for translating songs. An analysis of the translation of lyrics from Disney animated films “Coco” and “Encanto” is carried out. The ways and methods used by translators when working with these texts are studied. An analysis of specific translation choices is carried out.

Key words: cartoon, animated film, song translation, multimedia translation, dynamic equivalence.

Мультипликация уже более полувека является одной из важнейших форм медиа. Анимационные произведения разнообразны в стилях и жанрах, имеют широкую возрастную аудиторию – от самых маленьких детей до взрослых. В последние годы эта сфера становится всё популярнее, поскольку растет объем выпускаемых произведений. В связи с этим, перевод мультипликационных фильмов сейчас как никогда актуален.

Перевод мультфильмов является одной из самых трудновыполнимых задач для переводчика. При переводе материала для детей необходимо не только передать весь смысл и особенности оригинала, но и адаптировать перевод для юного реципиента.

Особенно эта задача становится еще сложнее, когда дело касается перевода песен, которые зачастую занимают значительную часть хронометража мультипликационных фильмов. Необходимо учитывать не только все тонкости и аспекты перевода мультфильмов, но еще и особенности перевода лирики, из-за чего перевод песен в контексте анимационных фильмов становится комплексной проблемой, с которой сталкивается переводчик. Сложность этой проблемы, а также обилие и востребованность иноязычных мультфильмов на российском рынке обуславливают актуальность данного исследования.

Произведения компании Disney можно без сомнения назвать одними из самых известных примеров мультипликационных фильмов, в которых песни являются неотъемлемой частью повествования. Ввиду популярности мультфильмов этой компании, в качестве материала для анализа в нашем исследовании были использованы музыкальные композиции из мультфильмов «Coco» (2017) и «Encanto» (2021). Данные анимационные фильмы были выбраны нами в связи с их культурной уникальностью. В них представлены испаноговорящие страны, Мексика и Колумбия, чей колорит повлиял на некоторые аспекты данных мультфильмов, в том числе и на представленные в них песни. Например, в репликах персонажей и тексте песен можно заметить фразы не только на английском, но и на испанском языке.

При переводе песен следует обратить внимание на ряд особенностей таких текстов. Песня, согласно толковому словарю С. И. Ожегова, – это «стихотворное и музыкальное произведение для исполнения голосом» [3, 2008]. Таким образом, у песни есть два аспекта – музыкальный и лирический. Поэтому при переводе песен необходимо не только использовать поэтический перевод, но и обращать особое внимание на сочетание текста с мелодией [4, 2010], а в случае перевода песен из мультфильмов, – еще и с визуальным рядом. Так как зачастую песни в анимационных фильмах являются частью сюжета и описывают происходящее на экране, а не просто являются музыкальным сопровождением [2, 2022: 115], их перевод необходимо рассматривать в контексте аудиовизуального перевода.

При переводе песен переводчик может прибегать к различным способам. Андре Лефевр выделяет семь стратегий перевода лирических произведений [5, 2005: 87]:

1. Фонемический перевод, стремящийся передать звучание текста оригинала, пытаясь при этом сохранить тот же смысл. Данный способ Лефевр посчитал пригодным только для передачи звукоподражания.
2. Дословный перевод, где передача содержания слово-в-слово может нанести ущерб синтаксису и смыслу текста оригинала.
3. Перевод с опором на размер, где основным критерием является воспроизводство стихотворного размера произведения.
4. Перевод в прозаической форме.
5. Перевод с опором на рифму, где переводчик старается придерживаться рифмы и ритма оригинала, при этом принося ущерб смысловому содержанию.
6. Перевод белым стихом.
7. Интерпретация, когда переводчик создает новые текст, опираясь на оригинал, отдавая приоритет эмоциональному содержанию, нежели смысловому.

В большинстве случаев переводчики прибегают именно к интерпретации, так как передать смысл текста, соблюдая при этом рифму, ритм и размер оригинала [1, 2016: 3], составляет большую трудность.

Мы провели анализ переводов песен из мультфильмов «Coco» и «Encanto» компании Disney. В ходе анализа мы выявили, какими приемами пользовались переводчики при их адаптации.

Мы проанализировали отрывок из песни «Un Poco Loco» из анимационного фильма «Coco». Данная песня повествует о возлюбленной лирического героя, которая ни на что не дает прямых ответов, и тем самым сводит героя с ума. Отрывок песни представлен в таблице 1.

Таблица 1

Оригинал	**Перевод**
What color is the sky *¡Ay, mi amor! ¡Ay, mi amor!* *You tell me that it's red* *¡Ay, mi amor! ¡Ay, mi amor!*	*Когда ждать тепла,* *ми амор, ми амор?* *Ты скажешь в январе,* *ми амор, ми амор*

Выделенный нами фрагмент как раз показывает непростой характер девушки. На вопрос «Какого цвета небо?» она отвечает – «Красное». В русском же тексте переводчик подобрал свой вариант для этой фразы, заменив «красное небо» «теплом в январе». Переводчик прибегнул к интерпретации, изложив смысл оригинала в созданном им самим тексте. Выбор переводчика также добавил этим строчкам двойной смысл. Возможно, герой песни ждет не теплой погоды на улице, а «тепла» от любимой, которая на этот вопрос отвечает ему отказом.

Анализ отрывка еще одной песни из данного мультфильма привлек наше внимание к проблеме передачи юмора в песенных текстах. Песню «Juanita» один из главных героев мультфильма Гектор поет своему старому другу. В комичной песне лирический герой описывает прекрасную девушку, но все ее черты- различного рода уродства, а к концу песни мы узнаем, что герой считал девушку красивой, потому что сам он в сравнении с ней страшен. Вся песня имеет ироничный характер, что, соответственно, должно быть передано в переводе.

Таблица 2

Оригинал	**Перевод**
Well, everyone knows Juanita *Her eyes each a different color* *Her teeth stick out and her chin goes in* *And her… knuckles, they drag on the floor*	*О, как хороша Хуанита* *Глаза ее смотрят косо* *Все зубы торчат, нос немного вмят* *И се… режки висят до земли*

Следует обратить внимание, что во второй строчке переводчик прибегнул к семантической трансформации. Причина такого выбора в том, что «глаза разного цвета» в русской версии не будут иметь достаточного комичного эффекта, так как такое описание может не вызвать ассоциации с каким-либо дефектом внешности. Поэтому, переводчик решил назвать глаза Хуаниты «косыми», выбрав более явный недостаток. В следующей строчке «торчащие зубы» остались такими же, как в оригинале, но «вмятый подбородок» был заменен на «нос», вероятно, для сохранения ритма. Особый интерес представляет последняя строчка. При ее исполнении герой на секунду заминается, а затем продолжает петь, изменив одно слово в песне. Это произошло из-за того, что Гектора помимо его друга слушал и Мигель, главный герой мультфильма. Об изменении в тексте песни говорит замечание приятеля – «Там не так поется!», на что Гектор отвечает – «Да, но не при детях». Соответственно, можно понять, что в данной строчке есть что-то, что детям

слышать не подобает. В оригинале она звучит как «её костяшки волочатся по земле». Слово *knuckles* послужило заменой созвучному ему слову *knockers*, разговорному вульгарному названию женской груди. В русском варианте переводчик подобрал отличный аналог, передав шутку, понятную даже детям, при этом сохранив близость оригиналу – “*they drag on the floor” –* «*висят до земли*».

После краткого обмена репликами герой продолжает песню, которая представлена в таблице 3.

Таблица 3

Оригинал	**Перевод**
Her hair is like a briar *She stands in a bow-legged stance* *And if I weren't so ugly,* *She'd possibly give me a chance*	*Ноги тонки, как спички* *Но как же ее не любить* *И будь я чуть симпатичней* *Решился бы к ней подкатить*

Сравнение волос с шиповником в первой строчке было опущено, а вместо него на первое место поставлена фраза из второй строчки. «Кривые ноги» переводчик заменил на близкие по смыслу «тонкие, как спички», применив прием сравнения. Взамен опущенной строчки переводчик добавил свою – «*Но как же ее не любить»*, усиливая тем самым комический эффект песни, напоминая, что для лирического героя все описанные недостатки – проявления красоты. В третьей строчке был применен антонимический перевод – «будь я не так уродлив» стало «*будь я чуть симпатичней*». Финальная строчка песни претерпела стилистические изменения и была переведена как «*Решился бы к ней подкатить*». Такая фраза более понятна и привычна юной аудитории мультфильма, а использование разговорной лексики лишь усиливает комичный эффект.

Рассмотривая примеры из другого мультипликационного фильма компании Disney – «Encanto», мы считаем, что важно отметить, что данный мультфильм повествует о семействе Мадригаль, где каждый член семьи обладает волшебным даром. Первая рассматриваемая нами песня, «Surface pressure», исполняется Луизой, героиней, чей дар – сверхчеловеческая сила. Луиза рассказывает о том, как из-за ее силы на нее все полагаются, и как сильно на нее давит эта ответственность (таблица 4).

Таблица 4

Оригинал	**Перевод**
I'm the strong one, I'm not nervous *I'm as tough as the crust of the Earth is*	*Словно глыба я спокойна* *Никогда не бывает мне больно*

В начале песни героиня с уверенностью говорит о своей силе и надежности. Фразу “*I'm not nervous*” переводчик передал антонимическим переводом со сравнением – «*Словно глыба я спокойна*». Сравнение во второй строчке, «крепка, как Земная кора», при этом было опущено. Значение слова “tough” – «сильный, выносливый, стойкий» было передано фразой «*Никогда не бывает мне больно*».

Однако, в какой-то момент тон песни меняется, и Луиза начинает рассказывать о своих истинных чувствах (таблица 5).

Таблица 5

Оригинал	**Перевод**
Under the surface *I feel berserk as a tightrope walker in a three-ring circus*	*На самом деле* *Смертельный номер, тут дрожь в теле*

Фраза “*Under the surface*” повторяется на протяжении всей песни, ее буквальный перевод – «под поверхностью/под внешним слоем», это идиоматическое выражение, означающее «в глубине души». Переводчик выбрал фразу «*На самом деле*», что прекрасно объясняет смысл данного фразеологизма, хоть и теряет его метафоричность.

Когда героиня начинает описывать, что творится у нее на душе, видеоряд резко меняется, и вдруг девушка оказывается на канате, о чем и поется в песне – «словно канатоходец в цирке». В данной ситуации переводчик не может прибегнуть к интерпретации и как-либо изменить текст песни, так как она описывает происходящее на экране. Переводчик не оставляет сравнение с канатоходцем в тексте, но отсылается к нему фразой «*смертельный номер*», а также подчеркивает нервозность девушки фразой «*тут дрожь в теле*».

Далее видеоряд сменяется на гладиаторскую арену, где Луиза сражается с Цербером. Девушка в песне вспоминает древнегреческого героя Геракла. Данный отрывок представлен в таблице 6.

Таблица 6

Оригинал	**Перевод**
Was Hercules ever like, "Yo, I don't wanna fight Cerberus?"	*А мог ли Геракл сказать: «Подвиги мне надоели»*

Методом генерализации фраза «я не хочу биться с Цербером» была заменена на фразу с более общим смыслом – «*Подвиги мне надоели*». Отсылку к мифологии таким образом удалось сохранить. Однако, были утрачены черты разговорной речи – слова «like» и «yo».

О своих переживаниях поет и другая героиня мультфильма, Изабелла. Она всегда во всём идеальна, а ее дар – выращивать прекрасные цветы. Однако, образ «идеальной дочери» тяжело дается девушке, о чем та и рассказывает в песне.

В пылу эмоций она случайно создает кактус, что ее очень удивляет. Пример представлен в таблице 7.

Таблица 7

Оригинал	**Перевод**
I just made something unexpected *Something sharp, something new*	*Немного странно получилось,* *В чём секрет – не пойму.*

В данных сточках переводчик прибегнул к интерпретации. Смысл фраз «что-то неожиданное», «что-то новое» передан не буквально, но удивление героини, увидевшей что-то новое и необычное выражено фразой «*В чём секрет – не пойму*».

Далее героиня описывает свои таланты, но показывает, что за идеальным образом скрывает настоящую себя. Отрывок песни можно увидеть в таблице 8.

Таблица 8

Оригинал	**Перевод**
I grow rows and rows of roses *Flor de mayo, by the mile* *I make perfect, practiced poses* *So much hides behind my smile*	*Создаю я всюду розы,* *Флор де Майо вырастают.* *Идеальны мои позы,* *Но меня никто не знает*

Соответствие перевода оригинальному тексту довольно точное, текст перевода также совпадает с видеорядом – множество клумб, а также цветочные статуи героини в «идеальных позах». В последней же строчке переводчик прибегает к приему смыслового развития. Фраза «Столько скрывается за моей улыбкой» означает, что за улыбкой героини сокрыты ее истинные чувства, а значит, настоящую ее «никто не знает».

Далее героиня задается вопросом, что будет, если она покажет свои реальные чувства. Данные представлены в таблице 9.

Таблица 9

Оригинал	**Перевод**
What could I do if I just grew *What I was feeling in the moment?* *What could I do if I just knew* *it didn't need to be perfect?* *It just needed to be?*	*Ах, чтобы я могла создать,* *Если бы волю дать мне чувствам?* *Ведь идеал недостижим!* *К чему нести этот груз нам?* *Я хочу просто жить*

В выделенном нами отрывке переводчик вновь прибегает к интерпретации. Фраза оригинала «оно (создание) не должно быть идеальным, оно просто должно *быть*» передана в строчках «*Ведь идеал недостижим! / К чему нести этот груз нам?*». Русский вариант отсылает нас не только к несовершенству новых растений Изабеллы, но и к ее собственному желанию освободиться от груза своего «идеального» образа. Эта же идея подкрепляется последней строчкой русской версии песни – «*Я хочу просто жить*». Героиня говорит о том, как хочет, чтобы ее жизнь не шла под диктовку, ведь она мечтает «просто жить». Эта мысль прекрасно соотносится со смыслом всей песни в оригинале.

Таким образом, анализ переводов песенных текстов из мультфильмов «Coco» и «Encanto» студии Disney позволил нам выделить разнообразные подходы к переводу песен в анимационных фильмах, а также определить ключевые особенности песенного перевода. Мы пришли к выводу, что одним из наиболее распространенных способов является интерпретация. Мы также проследили случаи, когда текст песни зависит от визуального ряда произведения, что является одним из важнейших аспектов данного вида перевода.

Список использованных источников

1. Андросова О.Е. Стилистические особенности текстов песен из мультфильмов Уолта Диснея / О.Е. Андросова, Н.А. Багдасарян // Педагогический институт им. В. Г. Белинского: традиции и инновации : Сборник статей научной конференции, посвященной 77-летию Педагогического института им. В. Г. Белинского Пензенского государственного университета, Пенза, 20 декабря 2016 года / Под общей редакцией О.П. Суриной. – Пенза: Пензенский государственный университет, 2016. – С. 3-6.
2. Нгуен Тхи Тхуй Кунь Песенные тексты анимационных фильмов и особенности их перевода / Нгуен Тхи Тхуй Кунь, Крицкая Н. В. // Вестник ТГПУ. – 2022. – №1. – С. 114-122.
3. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: Около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов; Под ред. Л.И. Скворцов. – М.: ОНИКС-ЛИТ, Мир и Образование, 2012. – 1376 с.
4. Самохин И.С. Соотношение мелодической и вербальной составляющих в песенном дискурсе / И. С. Самохин // Известия СПбГЭУ. – 2010. – №3. – С. 144-146.
5. Bassnett, S. Translation Studies. UK.: Taylor & Francis e-Library, 2005. P. 87

УДК 81-133

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА МНОГОКОМПОНЕНТНЫХ ТЕРМИНОВ В СФЕРЕ АВИАСТРОЕНИЯ

Шукаева Ж. Ж.
Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, shukaevazhanija@gmail.com

Шидловская Ирина Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии и методики преподавания немецкого языка, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. Данная работа посвящена особенностям перевода сложных немецких терминов в сфере авиастроения. Подробно описываются теоретические основы понятия «термин», «многокомпонентный термин» и их морфологическая структура в авиационной терминосистеме современного немецкого языка. Также рассматриваются различные способы создания многокомпонентных терминов и их особенности перевода. Исследуются особенности перевода технических авиационных текстов и представлены способы перевода авиационных многокомпонентных терминов с немецкого языка на русский. В работе анализируются двух-, трех- и более компонентные лексические единицы на предмет выявления их словообразовательных, структурных, семантических и функциональных особенностей.

Ключевые слова: термин, многокомпонентный термин, терминосистема, авиастроение, экстралингвистические факторы, аббревиатура.

FEATURES OF TRANSLATION OF MULTICOMPONENT TERMS IN THE FIELD OF AIRCRAFT CONSTRUCTION

Shukaeva Zhaniya Zheksyngaleevna, student, Orenburg State University, Orenburg, shukaevazhanija@gmail.com

Research advisor: Shidlovskaya Irina Aleksandrovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of German Philology and German Language Teaching Methods, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. This article covered the topic of features of the translation of multicomponent terms in the field of aircraft construction. The theoretical foundations of the concept of “term”, “multicomponent term” and their morphological structure in the aviation term system of the modern German language are described in detail. Various ways of creating multicomponent terms and their translation features are also considered. The specifics of the translation of technical aviation texts are investigated and the ways of translating aviation multicomponent terms from German into Russian are presented. The paper analyzes two-, three- and more component lexical units in order to identify their word-formation, structural, semantic and functional features.

Key words: term, multicomponent term, term system, aircraft construction, extralinguistic factors, abbreviation.

Нынешнее состояние терминологии в сфере лингвистики детерминировано аспектами, оказывающие влияние на изменения сегодняшнего общества, осуществляющееся на политическом и социально-экономическом уровнях. В связи с этим фактором прослеживается расширение объёма терминов в лингвистике. Данные термины

пополняют ряд лексических единиц в фундаментальной и прикладной науках. Многие лингвисты на протяжении долгого времени уделяли особое внимание терминологии.

Данной явление, как исследование терминосистемы в сфере лингвистики, внесло большой вклад в изучение данной области. Впоследствии уже зафиксированные стандарты описания терминологии подверглись изменениям. Это связано с появлением новых сфер науки, открытием инновационных технологий и научных достижений, что значительно повлияло на развитие той или иной терминологии.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью номинации новых терминов, пополнения и систематизации авиационной терминологии современного немецкого языка, отражающей профессиональную деятельность специалистов в области авиастроения.

Материалом данного исследования являются немецкоязычные словари и энциклопедии, специализирующиеся в немецкой авиации, а также научно-технические авиационные журналы.

Интересный факт, что ранее понятие «термин» был связан с несколько упрощенным и простым значением, которое не связывалось с лексиконом универсального языка. Притом первоначальное содержание меняется в зависимости от развития современных научных мировоззрений и идей, а также изменений в научной сфере. Согласно данным многих исследовательских работ понятие «термин» в лингвистике образовалось к началу XX века.

Большинство лингвистов считают основоположником отечественного терминоведения А. А. Реформатского. Он внёс большой вклад в исследование термина, который и по сей день является актуальным и привлекает всё больше единомышленников. Как утверждал советский лингвист А. А. Реформатский, термин выступает в роли специализированного слова, обусловленного особым назначением, стремящего быть однозначным [10, 2010: 115].

Долго рассуждая над дефиницией, А. А. Реформатский пришёл к окончательному определению слова «термин», «совокупность терминов определенной отрасли производства, деятельности, знания, образующая особый сектор лексики, наиболее доступный сознательному регулированию и упорядочиванию» [10, 2010: 115].

Огромное количество лингвистов выразили свою точку зрения по поводу определения термина. Невозможно выделить только одно определение, так как все лингвисты по-своему, но верно воспринимали природу данного слова. Так, например, филолог, В. П. Даниленко, предполагает, что понятие «термин» – это «лексическая единица специальной сферы употребления, являющаяся наименованием специального понятия и требующая дефиниции» [6, 1998: 15]. В. П. Даниленко акцентирует то, что термин – это определённое слово, которое имеет индивидуальное значение. Советский лингвист, О. С. Ахманова, идентифицирует термин следующим образом, «слово или словосочетание специального (научного, технического и т. п.) языка, создаваемое (принимаемое, заимствуемое и т. п.) для точного выражения специальных понятий и обозначения специальных предметов» [1, 1998: 125].

С точки зрения И. С. Квитко «термин – это слово или словесный комплекс, соотносящиеся с понятием определённой организованной области познания (науки, техники), вступающие в системные отношения с другими словами и словесными комплексами и образующие вместе с ними в каждом отдельном случае и в определённое время замкнутую систему, отличающуюся высокой информативностью, однозначностью, точностью и экспрессивной нейтральностью» [2, 1977: 21]. В соответствии с определением лингвиста, понятие «термин» является частью совокупности замкнутой системы или другими словами терминосистемы.

Главным критерием термина является дефиниция, то есть краткое определение какого-либо понятия, который отражает существенные признаки явления или предмета. Само определение, дефинированность, не только определяет точность термина, но и

обозначает его относительную свободу от контекста и предполагает ситуации его употребления.

Термин обладает большим количеством функций и несколькими требованиями, согласно которым термин должен быть однозначным, нести стилистическую нейтральность и мотивированность своего наименования и значения.

Повышенный интерес человека к сложным явлениям или предметам в лингвистике ведет к росту количества многокомпонентных слов [9, 1982: 151]. Словообразование по-прежнему является наиболее эффективным приёмом словосложения в немецком языке, и всё больше привлекает внимание лингвистов в изучение морфологической структуры современных сложных терминов. В связи с быстрым развитием технических отраслей науки, а именно авиационной, данная статья оправдывает свою актуальность. Приоритетом являются те исследования, которые направленны на глубокое изучение тех или иных частей речи в словообразовательных конструкциях. Исходя из вышесказанного, словосложение является довольно общеизвестным приёмом создания новых лексических единиц в терминологии немецкого языка.

В связи с быстрым развитием авиационной сферы и бурным распространением космонавтики появилось колоссальное количество новых терминов, которые отсутствовали в ранее изданных словарях, а многие ранее существовавшие определения получили более широкое, новое, значение. Теперь все термины в словарях по данной тематике снабжены пояснениями.

В современной терминологии существует огромная совокупность терминов, которые состоят из двух и более компонентов. В свою очередь, компонент представляет собой дополнительный элемент или часть слова, образующие терминологическую единицу и характер связи между ними. Данная тема исследуется лингвистами на протяжении многих лет. Было выявлено лексико-морфологический способ образования многословных терминов.

Под данным способом образования следует понимать формальный приём объединения двух или более лексем, которые выступают как самостоятельные лексические единицы вне контекста. В основной состав сложных терминов входят детерминативные композиты. В качестве компонентов выступают основы различных частей речи:

а) сущ. + сущ. (Hysteresefaktor – погрешность за счёт гистерезиса, Fahrwerksbein – нога шасси, Verdichterschaufel – лопатка компрессора, Turbulenzströmung – турбулентное течение, Zwillingsflugzeug – сдвоенный самолет, Möwenflügel – поврежденное крыло самолёта, Luftverkehrsbetreiber – авиадиспетчер, Radarbildschirm – экран радара);

б) прилаг. + сущ. (Idealgasaerodynamik – аэродинамика идеального газа, HyperschalItriebwerk – двигатель гиперзвуковых скоростей, Hypoiddüse – форсунка с гипоидным распылом);

в) глаг. + сущ. (Hebevorrichtung – подъемное устройство, Tragschraubenüberdeckung – перекрытие несущих винтов);

г) нареч. + сущ. (Vorflügel – предкрылок, Nebenrippe – промежуточная нервюра, Rücklauf – обратный ход, Fernaufklärungsflugzeug – самолёт-разведчик дальнего действия);

д) числит. + сущ. (Achtzylindertriebwerk – восьмицилиндровый двигатель) [5, 1970: 30].

Доминирующим типом словообразования является языковая единица, в основе которой лежат несколько частей слов, используемые в отдельности друг от друга и в разных сферах употребления. Как правило, между двумя и более существительными существует большое многообразие различных типов семантических отношений. На втором место по частотности языковых единиц находятся термины с именем прилагательным. Их насчитывается около 31% от общего количества немецкой терминосистемы. В авиационной терминологии современного немецкого языка менее активно употребляются словообразования, в состав которых входят числительные,

наречия, так как несут в себе меньшую смысловую нагрузку. При изучении морфологической структуры многокомпонентных терминов была выявлена тенденция их словообразования.

Особенность анализа по словосложению многокомпонентного термина заключается в его морфологической структуре. Переводчик в первую очередь должен определить взаимосвязь между компонентами слова и рассмотреть подходящий тип словообразования. Многокомпонентный термин обладает словообразовательным значением, воспринимаемое в качестве функции семантики.

Одной из причин создания многокомпонентных терминов в немецкой терминологии являются ассоциативные связи между компонентами. Ассоциативные связи детерминированы теми знаниями, которые осваиваются на протяжении жизни. Понятие ассоциации довольно широко используется в языкознании, но до сих пор многие лингвисты выдвигают различные гипотезы с учётом ассоциативных связей, к примеру, с проблемой отношения слова и обозначаемого или в связи с изучением структуры значения слова. Взаимоотношение между компонентами строится на общепризнанных и международных стереотипах и образцах. Они основываются на внешнем сходстве, функционировании или даже по издаваемому звуку. В ходе исследования было выявлены следующие признаки ассоциативных связей:

1) Сходство по внешнему виду: Zwillingstriebwerk – спаренная силовая установка, Anflugfunkfeuer – приводная радиостанция, приводной радиомаяк, Blattwurzelform – форма корневой части лопасти винта;

2) Сходство функционирования: Abfangjagdflugzeug – истребитель-перехватчик, истребитель противовоздушной обороны, Abblasesteuergerät – регулятор перепуска воздуха, Abbremsklotz – (тормозная) колодка, Abflugbahn – взлётно-посадочная полоса, Abkippverhalten – тенденция (самолёта) к сваливанию на крыло, Flüssigkeitsstrahltriebwerk – жидкостный реактивный двигатель;

3) Сходство звука: Hyperschallvorderkante – гиперзвуковая передняя кромка, Schwenkflügelüberschallflugzeug – сверхзвуковой самолет с поворотным крылом;

4) Сходство расположения: Biegefließgrenze – предел текучести при изгибе, Blatteinstellwinkel – угол установки воздушного винта, Bodenfunkmessgerät – наземная радиолокационная станция, Dachorganisation – верховая организация, Explosionsraum – камера сгорания;

5) Сходство по материалу производства: Blechbeplankung – металлическая обшивка, Flächentragwerk – плоская несущая конструкция;

6) Сходство процесса: Druckumlaufschmierung – циркуляционная смазка под давлением;

7) Сходство по ассоциации: Frischluftanlage – вентилятор [4, 1964: 13].

Лингвистическое явление, выступающее в виде заимствования лексических единиц из других языковых культур, также затронуло и немецкую авиационную терминосистему. Большая часть терминов заимствуется из английского языка. Данный факт обусловлен глобализацией запаса знаний и интернационализацией терминологии с целью упрошения коммуникации. Основным условием заимствования выступает наличие языкового контакта. Наличие английских лексических единиц в технической терминологии немецкого языка детерминировано быстрым развитием авиастроения в Соединённых Штатах Америки. В результате, английский язык послужил основой для расширения терминологии в авиационной сфере немецкого языка.

В процессе заимствования лексических единиц из других языковых культур играют большую роль лингвистические и экстралингвистические факторы. Как утверждал Л. П. Крысин, лингвистические факторы обусловлены необходимостью определить соответствующее понятие и дифференцировать пару смысловых значений [8, 2004: 30]. К лингвистическим факторам относятся точность, вариантность, а также краткость. Для немецкой терминологии свойственна более длинная структура лексической единицы, чем,

к примеру, английские: Zweistrahlflugzeug – самолет с двумя реактивными двигателями; Aktionradius – радиус действия; Akkuladestation – аккумуляторно-зарядная станция; Kurbelkastenpumpe – насос картера кривошипного механизма. К экстралингвистическим причинам относятся внеязыковые явления, то есть политические, технологические и экономические факторы.

С развитием авиастроения укреплялись международные отношения, поскольку частое использование английских терминов в немецкой терминологии детерминировано родственными связями этих двух языков. С точки зрения Ю. В. Ахметшиной на основе сходства фонетических и графических признаков англицизмы довольно легко взаимодействуют с немецкими лексическими единицами [3, 2012: 17].

Структура словообразовательной модели должна сообщать наибольшую смысловую нагрузку. Чем больше длина многокомпонентного термина, тем больше вариантов эквивалентов, так как семантическая связь между компонентами уменьшается. В немецкой авиационной терминологии многокомпонентные термины подвергаются некоторым изменениям, так называемой аббревиации. Данное явление широко применяется в авиационных текстах с целью сокращения своей письменной структуры. Под аббревиацией используются чаще всего английские авиационные термины, например:

ICAO-Normatmosphäre – стандартная атмосфера международной организации гражданской авиации (International Civil Aviation Organisation);

ICBM-Flugbahn – траектория полёта межконтинентальной баллистической ракеты (Intercontinental Ballistic Missile).

Аббревиация используется для быстрой передачи информации и простоте языковых единиц. Это связано с тем, что большинство немецкой авиационной терминологии имеет тенденцию к сложным, многокомпонентным терминам.

Чаще всего используются английские слова для аббревиации с целью упрощения в профессиональной коммуникации. Следовательно, переводчику, специализирующему в данной отрасли, необходимо уметь ориентироваться в контексте, обращать внимание на все лексико-семантические варианты слова. Как правило, авиационная сфера известна своим колоссальным объёмом профессиональной терминологии. Чтобы добиться хорошего адекватного перевода, переводчику следует безупречно владеть родным и немецким языками, чётко и понятно транслировать цель коммуникации, а также знать различные способы образования многокомпонентных терминов.

Данное явление обусловлено ростом интернационализации авиационных лексических единиц. Экстралингвистические факторы представляют собой увеличение межкультурных связей и интернационального направления данной отрасли. Интернационализация терминов осуществляется за счет роста количества интернациональных слов. Каждая техническая терминология, включая немецкую авиационную, часто применяет в словообразовании интернациональные общетехнические и общенаучные лексические единицы по большей части из английской терминосистемы.

Перевод технической литературы имеет ряд сложностей, с которыми сталкивается каждый переводчик. Трудность перевода обусловлена некоторыми правилами и характеристиками. Наряду с синтаксическими особенностями построения технических текстов сложность у переводчика возникает и с лексическими особенностями. Иногда перевод лишь одного термина вызывает много сомнений при переводе. Данное явление связано с быстрым ростом новых терминов, их структурой и областью употребления, следовательно, необходимо регулярно проводить систематизацию понятий в любой отрасли науки. Переводчику следует понимать специфику термина в родном и в иностранном языке. Причина трудностей при переводе заключается в разных языковых картинах мира, в различии синтаксических структур. Так как любой язык обусловлен определённым построением предложения и способом подачи информации. Следовательно, перевод является сложным процессом передачи информации с одного языка на другой без существенных потерь, соблюдая все языковые нормы и узусы.

Отличительной чертой перевода многокомпонентных терминов является содержательность слова. Следует отметить важный пункт, что целостность их значения вытекает из суммы значений его компонентов. Внутренняя форма многословных терминов отображает иерархию связей в структуре, которые существуют между его лексическими единицами. Их перевод требует максимальной внимательности и точности, как в военной и медицинской терминологии, так и в авиационной.

Для перевода данной лексики переводчику необходимо провести анализ термина, разграничить компоненты сложного слова на простые, то есть найти в нём главный и зависимый элемент. Главное слово, по которому определяется род существительного, занимает последнюю позицию в сложносоставной лексической единице. Далее переводчику нужно подобрать подходящий эквивалент с учётом сферы употребления и контекста, и заключительным этапом является грамотная и адекватная передача значения многокомпонентного термина с помощью средств переводящего языка.

Под адекватным переводом следует понимать перевод, не допускающий нарушений узуса или норм, обеспечивающий задачи прагматики, соответствующий конвенциональной норме перевода и соблюдающий жанрово-стилистические требования к тексту данного типа. С точки зрения В. Н. Латышева, конвенциональная норма перевода «требование максимальной близости перевода к оригиналу, его способность заменить оригинал, как в целом, так и в деталях, выполняя задачи, ради которых перевод был осуществлен» [7, 1990: 232].

Как уже было упомянуто, развитие авиационной сферы привело к появлению новых терминов и к необходимости их адекватного перевода. В процессе перевода сложных лексических единиц переводчику следует придерживаться последовательному переводу для упрощения работы, используя препозитивную атрибутивную группу и способ перевода как перестановка лексических элементов.

При отсутствии соответствия переводчику следует образовывать собственный эквивалент, используя определённые трансформации на лексическом и грамматическом уровнях. Подобные преобразования многокомпонентного термина зачастую являются причиной перестройки синтаксической структуры предложения и изменения на уровне лексики и морфологии.

Основная проблема переводчика заключается в то, что составное слово в немецкой терминологии никогда не переводится на русский язык составным эквивалентом в русском языке. По этой причине многокомпонентные термины всегда переводят при помощи вышеперечисленных способов перевода многокомпонентного термина.

Список использованных источников

1. Алексеева, Л. М. Проблемы термина и терминообразования. – Пермь: 1998. – 120 с.

2. Апполова, М. А. Specific English (Грамматические трудности перевода) / М. А. Апполова. – Москва: Международные отношения, 1977. – 136 с.

3. Ахметшина, Ю. В. Англоязычные заимствования в системе иностранного языка: определение понятия, причины заимствования (на примере немецкого языка) / Альманах современной науки и образования – Тамбов: Грамота, 2012. – С. 16-18.

4. Горский, В. В. Немецко-русский авиационный словарь / Сост. Вс. В. Горский, И. Д. Дремичев, В. С. Столбов. – Москва: Воениздат, 1964. – 13 с.

5. Гусев Н. П. Краткий немецко-русский политехнический словарь / Сост. Н. П. Гусев, А. В. Панкин, Ю. В. Федирко, П. Ф. Чекрыжов. – Москва: «Советская Энциклопедия», 1970 – 30 с.

6. Казарина, С. Г. Типологические характеристики отраслевых терминологий / Филологические науки / С.Г. Казарина. – Москва: 1998. – С. 125-128.

7. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учебник / В. Н. Комиссаров. – Москва: Высшая школа, 1990. – 253 с.

8. Крысин, Л. П. Русское слово, свое и чужое: исследования по современному русскому языку и лингвистике / Л. П. Крысин. – М. : Языки славянской культуры, 2004. 888 с.

9. Лейчик, В. М. Люди и слова / В.М. Лейчик. – Москва: Наука, 1982. – 176 с.

10. Теоретические обоснования термина как языкового явления: Электронный научный журнал Курского госуниверситета; под ред. М. В. Орлова. – Москва: МФТИ, 2010. – С. 64-68.

УДК 811.111-26

ПРОБЛЕМЫ И СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА В НАЗВАНИЯХ ФИЛЬМОВ

Якунчикова В. К.
Студент, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, cromsallyfisher@gmail.com

Научный руководитель: Шидловская Ирина Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии и методики преподавания немецкого языка, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург

Аннотация. Рассматриваются факторы, осложняющие перевод названий фильмов. Описываются разновидности стратегии перевода лексических, стилистических, прагматических приемов. Определяются преимущественно комфортные и успешные методы трансформации при переводе с иностранных языков на русский.

Ключевые слова: название фильма, переводческая трансформация, стратегия перевода, лексические трансформации, грамматические трансформации.

PROBLEMS AND STRATEGIES OF TRANSLATION IN FILM TITLES

Yakunchikova Victoria Konstantinovna, student, Orenburg State University, Orenburg, cromsallyfisher@gmail.com

Research advisor: Shidlovskaya Irina Alexandrovna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of German Philology and German Language Teaching Methods, Orenburg State University, Orenburg

Annotation. Factors complicating the translation of film titles are considered. Varieties of the translation strategy of lexical, stylistic, pragmatic devices are described. Mostly comfortable and successful methods of transformation are determined when translating from foreign languages into Russian.

Key words: film title, translation transformation, translation strategy, lexical transformations, grammatical transformations.

Переводческая деятельность представляется одной из древнейших специальностей в мире. К переводческой деятельности постоянно был вызван огромный интерес, поскольку он был необходимостью, дабы коммуницировать с людьми разных национальностей, стран и их культурой. Эта потребность сберегается и сегодня, где межъязыковая связь продолжает представлять большую роль. Результатом переводческой деятельности есть перевод. Сам процесс перевода – это комплексная деятельность, что задевает разновидные нюансы языковедческой деятельности человека. Язык и киноиндустрия тесно связаны между собой. Каждый день на прокат выходят фильмы, сериалы во всем мире. Приходя вечером домой с работы, либо же в свободное время люди включают телевизор или открывают пространство Интернет, где находят для себя интересные для них фильмы и сериалы для расслабления. В большинстве случаев преуспевают в этом плане голливудские фильмы. Чтобы посмотреть тот или иной фильм на родном языке, работу выполняют переводчики, которые анализируют и переводят фильмы для других стран, чтобы это было доступно не только для жителей той страны, в котором был создан фильм. Конечно же, за фильмом самое главное стоит не только правильность перевода фильмов, но и его название.

«Художественный фильм – это не только культурный феномен, парирующий социокультурные приоритеты общества, однако и способ вырабатывания картины мира как самостоятельной личности, так и лингвокультурного общества в целом» [3, 2007: 1] Что есть заголовок? Заголовок – это возможность заинтересовать зрителя, вынудить его фантазию отреагировать на картину в позитивном или же отрицательном ключе. Значит, для заголовка довольно принципиальна точность передачи смыслового содержания, четкость и простота формы для восприятия каждому читателю. Читая название фильма, мы примерно подразумеваем, о чем будет его содержание. Однако в разных странах ассоциации и понимания у людей абсолютно разные, поэтому переводчики деформируют название фильма, исходя из культуры той или иной страны, используя стилистические, лексические и прагматические приемы. Г.М. (Геннадий Михайлович) Стрелковский объясняет использование переводческих преобразований следующим образом: «Переводчик воспринимает исходящую от отправителя информацию в виде конкретных произведений речи. Именно в этих речевых произведениях и реализуется коммуникативное намерение. Следовательно, переводчику необходимо так преобразовать речевое произведение одного языка в речевое произведение другого, чтобы передать коммуникативное намерение отправителя. Важным требованием является точность в переводе, которая должна определяться не точным соответствием между единицами двух языков, а функциональной тождественностью. Точным может считаться лишь такой перевод, который обеспечивает тождественность функции речевого произведения при эквивалентности смыслового оригинала и его транслята» [4, 2013: 34].

Особо важное место в тематике переводческой трансформации занимает вопрос о мере их потребности и допустимости. Однако трансформация возможно или недостаточна, или чрезмерна, или употреблена там, где можно обойтись и без них. Буквализм и вольность тесно связаны как раз-таки с мерой переводческой трансформации. Согласно толковому словарю русского языка буквализм означает формальное следование чему-либо, строгое соблюдение внешней стороны чего-либо в ущерб существу дела. В то время как вольный (свободный) перевод – это перевод, воспроизводящий основную информацию оригинала с возможными отклонениями – добавлениями, пропусками [3, 2007: 7].

Выдающиеся французские лингвисты Жан Дарбельне и Жан-Поль Вине рекомендуют следующие методы, что необходимо употреблять в ходе переводческой работы. Например, в ходе косвенного перевода ценность текста деформируется или абсолютно исчезает. Причина состоит в том, что воспроизвести прямой перевод в данной ситуации невозможно. В заключение, Дарбельне и Вине выдвигают идею о двух группах технических приемов, используемых при переводе:

1) Прямой перевод;
2) Косвенный перевод. [5, 1986: 182].

В качестве прямого перевода локализаторы (переводчики) применяют методы буквального перевода или калькирования. Второй же способ перевода относит к себе:

1. Эквиваленция (передача смысла пословиц, афоризмов другими словами) [1, 2004: 152]. Ярким примером выступает фильм «Lock, Stock and Two Smoking Barrels». Данный фразеологизм у англичан обозначает части, составляющие оружие (уместно было бы перевести «все сразу»). Однако, поскольку для русского зрителя данный фразеологизм неизвестен и не имеет никакого значения, переводчики, сохранив структуру названия в русском переводе, обозначили как «Карты, деньги, два ствола».
2. Транспозиция (замена одной части речи на другую)
3. Адаптация (замена деталей сообщаемой истории прочими). Например, фильм «Intouchables» (дословно «Неприкасаемые») Оливье Накаша в русской интерпретации переводится как «1+1». Оригинальное название дает отсылку к низшей касте индийского общества, где главные герои – пожилой инвалид и чернокожий

преступник, которые олицетворяют изгоев социума. Локализаторы (переводчики) перевели название фильма более нейтрально, в следствие чего появилось «1+1».

4. Модуляция (перемена наличествующей точки зрения). Один с аналогичных образцов способен быть переводом наименования кинофильма «Cinderella Man», то, что в буквальном смысле слова обозначает «Человек-золушка». В российской экранизации кинофильм пошел под наименованием «Нокдаун», так как в базу кинофильма возлегла хроника североамериканского боксера Джеймса Брэддока, который уже после множественных побед начал фаворитом общества, а также приобрел с прессы имя «Cinderella Man». То, что в нашей интерпретации возможно охарактеризовать «из грязи в князи».

Переводчики как правило используют приемы лексического перевода фильмов. Один из них – калькирование. Калькирование подразумевает под собой как воспроизведение комбинарного состава слова или словосочетания, когда составные части слова или фразы переводятся соответствующими элементами переводящего языка [2, 2001: 111]. То есть, такой прием используется переводчиками, когда не стоит проблема в форме и содержании. Например, фильм «Wir Kinder vom Bahnhof Zoo» Ули Эделя в российской интерпретации переводится дословно как «Мы дети со станции Зоо» или известная книга Дэниела Киза «Flowers for Algernon» в русском варианте переводится абсолютно также «Цветы для Элджернона». Вторым вариантом перевода переводчики рассматривают транслитерацию и транскрипцию имен собственных. То есть формальное буквенное или пофонемное воссоздание исходной лексической единицы с помощью алфавита или фонем переводящего языка соответственно. Ярким примером могут послужить фильмы «Titanic» – «Титаник», «Gladiator» – «Гладиатор», «Pearl Harbor» – «Перл Харбор». Но не все имена собственные без исключения транслитерируются или транскрибируются. Возьмем запоминающийся образец анимационного фильма «Bolt», что буквально означает «молния», «удар грома». Предоставление имени, переданного образцу, при отсутствии переводческих преобразований привело бы русского созерцателя в замешательство. По этой причине было общепринято, чтобы локализаторы (переводчики) спаивали свое название таким образом, чтобы оно существовало пропорционально оригиналу, а также придавало ему значение. Таким образом, назвав собаку «Вольт», наблюдатель предварительно четко осознает, что главный герой анимационного фильма является активным, а также бойцовым псом. Помимо этого, переводчики используют в качестве перевода и трансформацию. Мотивом применения трансформации является стремление донести до читателя важную фоновую информацию или снять избыточную. «Naomi and Ely’s No Kiss List» название, причиной преобразования которого есть трудность звучания и восприятия, так как буквально это можно интерпретировать как «Список тех, кого нельзя целовать, написанный Наоми и Эли». Следовательно переводчики оптимально конкретизировали название, при этом, не изменив и не утратив его смысл: «Те, кого нельзя целовать». Также среди переводчиков широко употребляется прием грамматической трансформации. Следует продумывать все без исключения условия, которые имеют все шансы воздействовать на утилизацию грамматических изменений, а непосредственно:

1) Синтаксическую функцию предложения;
2) Его лексическое наполнение;
3) Его смысловую структуру;
4) Контекст (окружение) предложения;
5) Его экспрессивно-стилистическую функцию [1, 2004: 230-231].

Виды грамматической трансформации и их примеры:

1. Добавление – это дополнение лексических единиц для конкретизации выражения смысла, которые в оригинале остались неявными: «300: Rise of an Empire» в русской аналогии звучит как «300 спартанцев: Расцвет русской империи». В переводе добавили слово «спартанцев» для более точного представления картины.

2. Опущения, то есть переводчики, наоборот, опускают ненужные, лишние слова, не теряя при этом смысл перевода: «Gone Girl» в оригинале дословно переводится как «Исчезнувшая девушка». Поскольку в английском языке не существует рода, в оригинальном названии фильма уточняют о конкретном предмете, то есть девушке. В русской аналогии причастие «Исчезнувшая» приобретает женский род, конкретизируя, о каком именно персонаже будет идти речь, поэтому в данном примере уместно опустить существительное, при этом смысл сохранится.

3. Перестройка и замена предложения говорит о деформации слов, словосочетаний или же полностью перестроения перевода. В качестве рассмотрения возьмем пример фильма «Carrie», который локализаторы (переводчики) абсолютно заменили на другое название – «Телекинез». Дело в том, что для русского зрителя имя Кэрри является чем-то неизвестным, поскольку фильм был снят по мотивам романа американского писателя Стивена Кинга «Кэрри». Поэтому было выбрано альтернативное название, легко воспринимающийся в содержании и значении фильма русскому зрителю «Телекинез» как некий фантастический феномен, о котором повествуется в фильме. В качестве примера также можно рассмотреть фильм британского режиссера Дэнни Бойла «Trainspotting». В Великобритании и США слово «trainspotting» означает увлечение или хобби наблюдения за поездами с записью их номеров. Так как в России подобного определения нет, переводчик полностью изменил название фильма «На игле», чтобы зритель понимал тематику и содержание экранизации, введя аналогию к российскому художественному фильму «Игла» Александра Баранова.

4. Нулевой перевод – отказ от передачи в переводе значения грамматической единицы исходного языка [2, 2001: 110]. Фильм «Need for speed» в русском кинематографе оставил свое название в оригинале засчет того, что фильм был снят по одноименной компьютерной игре во всем мире. Следующим ярким примером нулевого перевода можно привести культовый известный фильм Джонатана Нолана «Interstellar», который в переводе на русский этимологически есть «межзвездный». Однако название осталось таким же и в переводе, так как для русскоязычного потребителя не несет никакой смысловой нагрузки, а вот для англоязычного потребителя оно имеет волне конкретное значение.

Кроме того, возможно проанализировать еще один тип переводческой трансформации, что принадлежит к лексико-грамматическому изменению – антонимический перевод. В соответствии с Комиссарову, антонимичный перевод – это замена положительной фигуры в подлиннике в негативную конфигурацию в переходе (а также напротив), сопутствуется заменой лексических единиц зарубежного стиля на единицы переводящего стиля вместе с обратным смыслом. В базе антонимического перевода лежит логический принцип, в соответствии с которым отвержение того или иного определения способен может быть приравнено к заявлению семантически поставленного ему другого определения. Например, американский боевик Джо Руссо и Энтони Руссо «The Gray Man» в русской адаптации принимает название «Не белый мужик». То есть прилагательное «gray» заменили на русскоязычное «не белый» и получили такое название.

Таким образом, проанализированные примеры заявляют о том, то, что переводчиками применяется обширный диапазон разных языковедческих, а также экстралингвистических методов. Отталкиваясь от рассмотрения российско-американских соответствий исследование продемонстрировало, то, что главным методом перевода кинофильмов есть способ калькирования, таким образом как принцип концепции, а также общепризнанных мерок ИЯ и ПЯ схожи. Буквальный перевод хранит собственную информативность, а также краткое звучание, что дает возможность проявить интерес обширной аудитории. Было установлено, что перестройка, а также замена предложений, кроме того, широко используются при переводе кинофильмов в российскую речь. Интерпретатор должен осознавать сюжетную черту, его эпопею, а также сопоставлять ее

вместе с нашей российской реальностью. В ходе деятельности были выявлены равно как успешные, а также безуспешные наименования.

Список использованных источников

1. Гарбовский Н.К. Теория перевода / Н.К. Гарбовский. – М.: Издательство Юрайт, 2004. – 387 с.
2. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение / Учебное пособие. – М.: Р.Валент, 2001. – 407 с.
3. Милевич И. Стратегии перевода названий фильмов // Русский язык за рубежом. – 2007. – № 5. – 65 с.
4. Панова К.О., Бондаренко Е.В. Факторы, осложняющие перевод названий фильмов // Интеллектуальный потенциал XXI века: Ступени познания. – 2013. – № 16. – С. 73-78.
5. Тураева З.Я. Лингвистика текста (Текст: структура и семантика). – М.: Просвещение, 1986. – 126 с.

СЕКЦИЯ 5 «МАССМЕДИЙНЫЙ ДИСКУРС В СИСТЕМЕ МЕДИАЛИНГВИСТИКИ

УДК 811.111

ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА НЕМЕЦКО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ

Аббазова К. И.

Студент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, РФ, г. Казань, KIAbbazova@stud.kpfu.ru

Научный руководитель: Абудлганеева Ирина Игоревна, к. филол. наук, доцент кафедры теории и практики перевода Высшей школы иностранных языков и перевода Казанский (Приволжский) федеральный университет, РФ, г. Казань

Аннотация. В настоящей статье представлены результаты исследования по проблеме лингвокультурной специфики немецко- и русскоязычных рекламных текстов косметической продукции и услуг. Материалом исследования послужили аутентичные рекламные тексты на немецком и русском языках. Результаты сопоставительного анализа лексико-стилистических особенностей немецко- и русскоязычных текстов позволили обосновать положение об их лингвокультурной специфике.

Ключевые слова: лингвокультура, немецкая лингвокультура, русская лингвокультура, менталитет, рекламный дискурс.

LINGUOCULTURAL SPECIFICITY OF GERMAN- AND RUSSIAN-LANGUAGE TEXTS OF ADVERTISING DISCOURSE OF COSMETIC PRODUCTS AND SERVICES

Abbazova Kamila Ilshatovna, student, Institute of International Relations, Kazan Federal University, Russian Federation, Kazan, KIAbbazova@stud.kpfu.ru

Abdulganeeva Irina Igorevna, Ph.D. in Philology, Associate Professor, Kazan Federal University, Russian Federation, Kazan

Abstract. This article presents the results of a study on the problem of linguistic and cultural specifics of German and Russian advertising texts for cosmetic products and services. The material of the study was authentic advertising texts in German and Russian. The results of a comparative analysis of the lexical and stylistic features of the German and Russian texts made it possible to substantiate the position on their linguocultural specificity. German and Russian advertising texts for cosmetic products and services represent the specific features of advertising based on the national character of the consumer audience and the mentality of potential buyers, which must be taken into account when creating an advertising text for a particular product.

Keywords: linguistic culture, German linguistic culture, Russian linguistic culture, linguistic and cultural specifics, mentality, advertising discourse.

Современный мир любой продукции и услуг сложно представить без рекламы. Реклама во всем многообразии ее актуализации и репрезентации прочно вошла в жизнь покупателей. Тексты рекламного дискурса представляют собой особый вид медиалингвистики и с лингвистической точки зрения также интересны для исследователей. Особенно актуальными становятся вопросы, связанные с изучением лингвокультурной специфики текстов рекламного дискурса определенного языка. Данный интерес обоснован положением, согласно которому «язык каждого народа или этнической

группы представлен набором национально-специфических маркеров, которые выделяют данный язык среди всех других» [1, 2022: 8].

Спрос на косметическую продукцию и услуги обязан возрастающему числу потребителей благодаря рекламе. Боле половины рекламной продукции косметической сферы и услуг приходится на производителя косметической компании. Именно рекламный продукт влияет на потребительское поведение. Не смотря на тенденцию к транснационализации косметической продукции и услуг, в каждой стране функционирование текстов рекламного дискурса имеет свои лингвокультурные особенности, при этом авторами рекламных текстов могут использоваться различные стилистические приемы и средства экспрессивизации текста. Это связано также с тем, что «концептуализация сознания осуществляется разноуровневыми средствами определенной лингвокультуры» [1, 2022: 8].

Сегодня можно смело заявить о культе красоты, внешняя красота становится центральным понятием, оказывающем влияние на многие сферы жизни. В связи с этим все более с юного возраста люди уделяют внимание вопросам внешнего ухода и внешнему виду. Вследствие большого спроса на косметические услуги и товары рождается большее количество предлагаемой продукции, все сложнее удивить потребителей новинками на рынке и различными инновациями в косметической области. Производителям приходится искать новые пути для привлечения покупателей, создавать оригинальную и качественную рекламу. Различные виды рекламы сегодня массово и доступно распространяют информацию о продаваемом товаре или услуге, при этом «рекламный текст отражает специфику той лингвокультуры, в которой он вербализуется и в которой функционирует; реклама отражает лингвокультурологические и лингвистические маркеры менталитета нации, народа [2, 2020: 129].

Согласно А.В. Оляничу, рекламный дискурс – это сообщение, направленное на привлечение внимания потребителей к определенному продукту, товару, с целью его распространения [9, 2011: 38]. Рекламный дискурс охватывает практически все сферы нашей жизни, поскольку он широко взаимодействует с социумом, а его участниками согласно Медведевой Е.В. являются: коммуникатор, коммуникант и реципиент [8, 2003: 270]. Первый является составителем рекламы и рекламного текста, второй – «носитель» данной рекламы, например, рекламная визитка, вывеска или баннер. Реципиент – это потенциальный покупатель, получающий и обрабатывающий информацию. Рекламный дискурс представляет собой некий диалог между продавцом и потребителем, где продавец доносит информацию о товаре, следуя определённым стратегиям, а покупатель ее интерпретирует. Цель рекламного продукта достигнута, если потенциальный покупатель выбирает товары рекламируемой марки или компании. Тексты рекламного дискурса представляют собой специфичные коммуникативные единицы, взаимодействующие в области маркетинговых коммуникаций и доносящие в креативной форме информацию о различных продуктах, товарах, услугах. Рекламный текст не имеет шаблонов, однако построение рекламного текста следует определенным стратегиям и содержит в своей архитектонике основные элементы: слоган, заголовок, основной текст, эхо-фраза [7, 2016: 1703-1705].

Для каждой сферы товаров и услуг имеются свои собственные особенности рекламного текста, различия в лексическом употреблении и «манипулятивных» приемах [4, 2005: 140]. Главной особенностью рекламных текстов косметики является продажа не самого продукта или услуги, а результата, обещанного производителем [5, 2008: 161].

Главными особенностями рекламных текстов косметики и косметических услуг и для немецкой, и для русской лингвокультуры являются их эстетичность, яркость и эмоциональность. Создатели рекламы постоянно используют эпитеты и метафоры, частотным приемом является также гиперболизация, которая помогает создать эффект неповторимого результата. Реклама в бьюти-сфере всегда должна быть эффектной, красивой, вызывать бурные эмоции у потенциальных потребителей. В языковом

выражении, в связи с вышесказанным, преобладают адъективные и субстантивные лексические единицы, выражающие эффективное воздействие рекламируемых средств и услуг. Кроме того, сравнение и манипуляция, спекуляция на чувствах потенциальных покупателей относятся к одним из самых востребованных приемов в рекламных текстах. Рекламируемые продукты представлены как инновационные средства, выражается обещание решения наиболее часто встречающихся косметологических проблем и гарантия эффективности продукции.

Бьюти-рынок Германии – это одна из самых быстроразвивающихся сфер, что вызывает особенный спрос на продвижение товаров индустрии красоты. Сфера рекламы и маркетинга в Германии является одной из самых развитых, поскольку она выделяется своей оригинальностью и полным отсутствием шаблонов. Так, при создании рекламного сообщения важным фактором является национальный характер потребителей, их менталитет, который, как известно, отражается как на контексте самой рекламы, так и на любом языке в целом [3, 2012: 111]. Говоря о немецкой лингвокультуре и ее представителях в первую очередь при создании рекламы учитывается их точность и серьезный подход к рекламному продукту. Соответственно на первый план выступает качество предлагаемой продукции, ее практичность и уникальность. В языковом плане это отражается в краткости рекламного текста, рационально представленной информации, частотном употреблении прилагательных, семантическое значение которых указывает на «сверхкачества» рекламируемого товара: *«Nivea. **Perfektes** Haar, wie frisch vom Friseur»* [20]; «*Das **hochwirksame** Konzentrat bietet der Haut eine neunfach schnellere Reparaturwirkung»* [17].

Для немецкоязычного покупателя важна этичность компании, предлагающей товары или услуги. Особое внимание уделяется их отношению к окружающей среде, экологичности продукции, возможности вторичной переработки упаковочного материала: «*Culture Bio – das Beste der Pflanzen, die beste für ihre Haut*» [26].

Немецкая реклама отличается логичностью построения, преобладает аргументация, конкретная информация о составе и воздействии. Анализируя лексический уровень немецких рекламных текстов косметической продукции и услуг, особое внимание следует уделить количеству англицизмов и иных языковых заимствований в индустрии красоты. В немецкой рекламе косметики регулярно встречаются такие слова, как «Makeup» (англ. – макияж), «Highlighter» (англ. – хайлайтер), «Must-Have» (англ. – необходимая вещь): «*CATRICE entgeht kein Trend, kein Must-Have und kein Detail*» [14]; «*Es ist der Marshmellow-Effekt! Dieser glättende 10-in-1-Superprimer ist mit glättendem Eibischwurzelextrakt angereichert für 10 herausragende Make-up-Vorteile.*» (Marshmellow-Effekt – эффект маршмеллоу; Make-up-Vorteile – преимущество в макияже) [21]. Тенденция к широкому употреблению англицизмов наблюдается и в русскоязычном рекламном дискурсе.

К следующим особенностям немецкоязычного рекламного дискурса следует отнести наличие абстрактных существительных, которые вызывают ассоциации с женственностью и красотой, такие, как *die Liebe* (любовь), *die Pflege* (уход), *die Zärtlichkeit* (нежность), например, «*Kreieren Sie ein Parfum, das nach Liebe duftet …»* [16]; «*Stellen Sie jetzt Ihre Pflegeroutine auf den Frühling um»* [18].

Для российского покупателя также характерно уделять большое внимание внешнему виду. В первую очередь, согласно стереотипам и русскому фольклору, представители русской лингвокультуры известны своим стремлением к власти, успеху, исполнению желаний, при этом они же, в представлениях иностранцев выступают ленивым народом, что зачастую транслируется в рекламе через манипуляционные приемы маркетологов: *«Чувственные ноты фиалки, орхидеи и золотистой амбры преобразят вас в одно мгновение»* [12]; «*Новая сверхстойкая формула и удобная мини-щёточка словно волшебной палочкой зачаруют твои брови»* [13]. Еще одна специфичная особенность русскоязычного рекламного дискурса, основанная на национальном характере – это тенденция к пониманию человека как части коллектива, части страны. Рекламные тексты

направлены на сплоченность русского общества, несмотря на то, что зачастую данный стереотип приписывают к мифам, этот прием широко используется маркетологами: «*Вдохновись. Будь частью этого*» [23]. Характерным для русскоязычного рекламного дискурса косметической продукции и услуг является использование повелительного наклонения [10, 2008: 235]. Например, «*Открой мир, где насыщенные изумрудно-металлические оттенки сочетаются с теплыми и землистыми*» [22].

Представители русской культуры известны особым стремлением к престижу и роскоши, желанием получить что-то уникальное и быть обладателями чего-то элитного. Исходя из этого, маркетологи в рекламных текстах стараются подчеркнуть эксклюзивность продаваемого товара [11, 2008: 2-3]. Данное положение ярко представлен в следующем примере: «*Роскошный футляр с двумя потайными зеркальцами является идеальным дополнением к вашей помаде Rouge G и настоящим произведением искусства, так схожим с драгоценностью. Выберите свой из многообразия уникальных футляров, созданных ювелиром Лоренцом Боймером специально для Дома Guerlain*» [19]. Еще одним манипулятивным средством в русскоязычных рекламных текстах является стремление маркетологами подчеркнуть достоинства не только предлагаемой продукции или услуги, но и самого потребителя, вызвав у него яркие эмоции и желание приобрести продукт. Данный прием является, так называемым, мотивом значимости и самоутверждения, что также помогает рекламодателю подчеркнуть статус потребителя: «*Потому что вы всегда на высоте…»* [24].

Синтаксический уровень русскоязычного рекламного дискурса характеризуется односоставными, простыми предложениями, предложения со сложной синтаксической конструкцией встречаются довольно редко. Короткие предложения являются не сложными для восприятия, поэтому предпочтительны номинативные предложения и использование парцелляции. [6, 2000: 12], например, «*Три средства, дважды в день*» [15].

К лексическим особенностям следует отнести широкое употребление англицизмов, например, «*Помните, мы писали про то, что логомания с бешеной скоростью возвращается в нейл-арт, благодаря показу Gucci? Кажется, это больше не тренд, а новая реальность*» [25].

Проанализировав немецко- и русскоязычные рекламные тексты косметической продукции и услуг, удалось выделить следующие особенности.

Немецкая реклама более точная, с высокой степенью информативности исключительно о предлагаемом товаре или услуге. В ней в первую очередь описываются характеристики продукта, его назначение и достоинства, широко представлены качества товара и обоснование приобрести именно данный рекламируемый товар. Для немцев на первом месте стоит практичность и этика, что проявляется в текстах немецкой рекламы и что является опорой для маркетинга в Германии. Русскоязычный рекламный дискурс характеризуется эмоциональностью, эксцентричностью. Маркетологи прибегают к различным психолингвистическим средствам, манипулируют, с целью вызвать, как можно больше эмоций у адресатов. Для русскоязычных рекламных текстов свойственны описания роскоши и уникальности, важным является подчеркнуть эксклюзивность товара, желание вызвать восторг у потребителя.

Резюмируя вышесказанное, следует заключить, что особое влияние на рекламные тексты косметической продукции и услуг оказывают национально-культурные особенности восприятия целевой аудитории, на которую рассчитан рекламный текст. Рекламные тексты косметической продукции и услуг немецкой и русской лингвокультур имеют свои лингвистические и линвгокультурологические особенности, которые обусловлены спецификой национально-ментального характера.

Список использованных источников

1. Абдулганеева И.И. К вопросу об этнокультурной специфике русских производных с формантом *-ушк-/-юшк-* и их соответствиях в немецком языке в свете когнитивно-дискурсивносго анализа // Филология и культура, 2022. – №4(66) – С.7-17.
2. Абдулганеева И.И., Брусенкова Д.А. Лингвокультурологические и лингвистические особенности текстов немецкого рекламного дискурса. Язык. Культура. Коммуникация. XIII Материалы межд. науч.-практ. конф. Ульяновск:УлГУ – 2020 – С. 129-133.
3. Гегнер, Н.Е. Специфика рекламного дискурса (на материале немецкого языка) / Н.Е. Гегнер // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2012. - №2 (66). – С. 109-112
4. Иванова, К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. — СПб.: Питер, 2005.— С. 144
5. Капран В.И., Капран О.В. Психология и разработка рекламной продукции - М.: Академия, 2008. – С. 256
6. Карасик, В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5–20.
7. Кильдишова А. С. Функциональные составляющие композиции рекламного текста. // Молодой учёный. - 2016. - №11 (115). - С. 1702-1705.
8. Медведева, Е.В. Рекламная коммуникация / Е.В. Медведева. – М. Едиториал, 2003. – С. 280.
9. Олянич, А.В. Рекламный дискурс и его конститутивные признаки / А.В. Олянич. – М. : Флинта, 2011. – 38 с.
10. Ученова, В. В. Философия рекламы / В. В. Ученова. – М. : Геллапринт, 2003. – с. 208.
11. Щуклина Т.Ю. Лингвистические средства создания экспрессивности русских рекламных текстов. Вестник ТГГПУ. Филологические науки. № 1 (12), 2008 – С. 1–3.
12. AVON – печатное издание, каталог. AVON – журнал, 2010 – С. 11.
13. Beautybomb [Электронный ресурс] / Официальный сайт – Режим доступа: https://beautybomb.ru/ (дата обращения: 19.07.2022).
14. CATRICE [Электронный ресурс] / Официальный сайт представителя.. – Режим доступа: https://www.catrice.eu/de/content-seiten/ueber-catrice-cid-page.aboutus (дата обращения: 19.07.2022).
15. Clinique. Flacon – зима, 2018 [Электронный ресурс] / Официальный сайт – Режим доступа: https://www.clinique.flacon.ru (дата обращения: 28.07.2022).
16. Dior [Электронный ресурс] / Официальный сайт – Режим доступа: https://www.dior.com/de_de/dufte/damendufte/miss-dior (дата обращения: 10.07.2022).
17. Essence cosmetics [Электронный ресурс] / Официальный сайт – Режим доступа: https://www.essence.eu/de-de (дата обращения: 23.08.2022).
18. Estee Lauder [Электронный ресурс] / Официальный сайт представителя в Германии. – Режим доступа: https://www.esteelauder.de/products/688/product-catalog/skincare/gesichtspflege (дата обращения: 25.04.2021).
19. Guerlain ([Электронный ресурс] / Официальный сайт – Режим доступа: https://goldapple.ru/brands/guerlain (дата обращения: 27.04.2021).
20. Nivea, [Электронный ресурс] / Официальный сайт – Режим доступа: https://www.nivea.de/beratung/schoene-haare (дата обращения: 19.07.2022).
21. NYX Cosmetics [Электронный ресурс] / Официальный сайт – Режим доступа: https://www.nyxcosmetics.de/ (дата обращения: 14.07.2022).

22. NYX Россия [Электронный ресурс] / Официальный сайт интернет-магазина – Режим доступа: https://www.nyxcosmetic.ru/ (дата обращения: 25.04.2022).
23. REDKEN [Электронный ресурс] / Официальный сайт – Режим доступа: https://redken.ru/about (дата обращения: 15.05.2022).
24. SHISEIDO [Электронный ресурс] / Официальный сайт представителя – Режим доступа: http://www.shiseido.ru/category/для-мужчин/ (дата обращения: 23.07.2022).
25. Vogue Russia [Электронный ресурс] / Онлайн-издание журнала. – Режим доступа: https://www.vogue.ru/ (дата обращения: 27.07.2022).
26. Yves Rocher, [Электронный ресурс]. / Официальный сайт – Режим доступа: https://www.yves-rocher.de/actbeautiful (дата обращения: 19.09.2022).

УДК 811.111

ЯВЛЕНИЕ «UPTALK» В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Бабаскина Е. Е.
Магистрант, НИУ «БелГУ», г. Белгород, babaskina_e@bsu.edu.ru;

Научный руководитель: Морозова Елена Николаевна, доцент, к.ф.н., доцент кафедры английского языка и методики преподавания факультета иностранных языков НИУ «БелГУ», г. Белгород

Аннотация. Данная статья представляет собой попытку проанализировать функционирование фонетическое явления uptalk в современном английском языке на примере видео-выступлений на платформе TED. В ходе исследования нами было проанализировано 10 видео-выступлений и выявлено, что интонация uptalk чаще используется в речи мужчин для сообщения фактов. Делая вывод, можно сказать, что все интонационные фразы произносились с учетом различных социальных, прагматических и интерактивных факторов.

Ключевые слова: интонация uptalk, повышение тона, высокий восходящий тон, социофонетика, HRT, TED-Talk.

THE PHENOMENON OF “UPTALK” IN MODERN ENGLISH

Babaskina Ekaterina Evgenevna, postgraduate, “BSU”, Belgorod, babaskina_e@bsu.edu.ru;

Morozova Elena Nikolaevna, Associate Professor, Ph.D., Associate Professor of the Department of English and Teaching Methods of the Faculty of Foreign Languages of “BSU”, Belgorod

Abstract. This article is an attempt to analyze the functioning of the phonetic phenomenon of uptalk in modern English using the example of video-presentations on the TED platform. In the course of the study, we analyzed 10 video-speeches and found that uptalk intonation is more often used in men's speech to communicate facts. Making a conclusion, we can say that all intonation phrases were pronounced taking into account various social, pragmatic and interactive factors.

Key words: uptalk intonation, pitch rise, high rising tone, sociophonetics, HRT, TED-Talk.

Период конца двадцатого столетия является значимым для лингвистики, поскольку возникновение сети Интернет повлекло за собой огромное количество новых данных для изучения. Одним из таких ресурсов стал глобальный проект TED, что расшифровывается как Technology Entertainment Design, его главная задача – объединить людей, которые создают и популяризируют идеи, достойные распространения (Ideas Worth Spreading) и верят в силу знания и научного любопытства.

Данный проект основал Ричард Сол Уарман в 1984 году, но TED приобрел мировую известность после того, как в 2006 году новый владелец Крис Андерсен начал размещать выступления участников проекта в сети Интернет. Таким образом, TED из оффлайн конференции превратился в платформу, где выдающиеся умы, способные предприниматели и увлеченные индивидуумы выражают свои идеи, могущие изменить мир. Каждое выступление (лекция) на конференции TED называется «TED Talk».

Записи этих конференций являются отличным материалом для исследования феноменов современного английского языка, поскольку в них отражен «живой» язык,

хотя на платформе и выступают не только носители языка, но и люди, изучавшие его. Одним из таких феноменов является фонетическое явление uptalk, которое стало привлекать к себе все больше внимания со стороны не только ученых-лингвистов, но и журналистов и носителей английского языка. Uptalk – это интонация, свойственная носителям английского языка, при использовании которой прослеживается возникновение восходящего тона в конце повествовательных высказываний.

Определение uptalk как восходящей интонации, реализуемой в повествовательном высказывании, уточняет, что эти повышения не являются прямыми вопросами. Традиционно, в английском языке повышение тона используется в общих вопросах (Do you ↗know it?) и при перечислении списка (кроме последнего слова (I'm going to buy ↗bread, ↗cheese, and ↘apples.) Значение этого тона также ассоциируется с просьбами (Could you please ↗help me?). Данный тон также используется после вводных слов и наречий в начале предложения (Sometimes ↗I walk there.), при обращении к кому-либо (↗Mike, ↘come here.), в начале альтернативного вопроса (Is this ball ↗big or ↘small?), в разделительном вопросе (She is a doctor, ↗isn't she?)

В разговорной речи повышение тона встречается в утверждениях в форме вопроса (You ↗like it?), в вопросах, выражающих удивление (I`ve lost my suitcase. – You`ve ↗lost it?) и в кратких вопросах, уточняющего характера (He`s at work. – ↗Is he?). Высокий восходящий тон типичен для повторных вопросов и переспросов, а также для вопросов, выражающих удивление и восклицание: ↗What did you say? ↗Really? ↗Oh? Этот тон может быть употреблен и в общих вопросах, имеющих структуру повествовательного предложения: ↗Butter? Yes, please [29, 2006: 21].

Настоящая статья посвящена анализу интонации uptalk как феномену современного английского языка на материале видео-выступлений («Ted Talk»). Нами было проанализировано 10 видео-выступлений (в частности 635 контекстов с повышением интонации, 65 из которых содержали в себе интонацию Uptalk) по темам «Климат» и «Культура», представленных на открытой платформе TED за период с июля 2015 года по февраль 2022 года.

Первые попытки изучить природу явления uptalk были предприняты еще 80-х годах XX века, однако и на сегодняшний день uptalk представляет собой значительный интерес для ученых и заслуживает детального изучения. До сих пор не установлены четкие функции и социально-коммуникативная роль этого феномена. Вопрос терминологии также является проблемой, поскольку данное фонетическое явление в различных научных названо по-разному: upspeak [2, 1997; 25, 2009], high rising intonation [1, 2007; 27, 2016; 15, 2018], valley girl speech [12, 2013; 22, 2013], Valspeak [22, 2013], rising intonation [27, 2016], upward inflection [23, 2014], interrogatory statement [19, 2006], Australian Question Intonation (AQI) [4, 1980; 11, 1986; 20, 2002], high rising terminal (HRT) [8, 2001; 28, 2008; 14, 2016; 15, 2018], но термин uptalk [10, 1993; 29, 2006; 7, 2010; 18, 2010; 27, 2016; 9, 2016] является наиболее частотным. Термин uptalk обычно используется в северном полушарии (как в Северной Америке и в Соединенном Королевстве), а также известен (но не так широко используется) в южном полушарии (особенно в Австралии и Новой Зеландии) [27, 2016: 4].

Чтобы понять фундаментальные основы этого явления (как выглядят подъемы, когда они происходят, как часто они происходят и т.д.), был проведен ряд научных исследований [2, 1997; 3, 1997; 5, 1975; 13,2004; 16, 2006; 24, 2005; 26, 2005; 29, 2006]. Ученые предприняли попытку исследовать потенциальное географическое влияние, которое может существовать [17, 2016], а также выявить любые различия, которые могут существовать по половому признаку между мужчинами и женщинами [2, 1997]. В ходе исследований было обнаружено, что восходящий тон может предполагать целый ряд нюансов значений в различных географических районах и разговорных контекстах и что ее использование не является исключительным для молодых женщин, но довольно распространено среди молодого поколения [12, 2013].

В нашем исследовании, вслед за Э. Левоном, мы использовали таксономию типов речевых актов, разработанную Г. Гаем и др. [14, 2016; 15, 2018; 11, 1986] для анализа высокого восходящего тона в Австралии. Согласно этой теории, можно выделить типы речевой деятельности, влияющие на использование uptalk: сообщение фактов и повествование событий, выражение мнения, описание и объяснение явлений.

Исходя из этого, можно предположить, что uptalk выполняет различные прагматические функции, а именно инструментальную функцию (помогая говорящему сохранить контроль над тоном разговора), а также референтную или выразительную функцию, с помощью которой говорящий предпринимает попытку укрепить сплоченность с другими участниками беседы.

При первичном анализе видео-выступлений мы отобрали все контексты, в которых встречался восходящий тон. Далее мы исключили все традиционные случаи использования восходящего тона (общие вопросы, перечисление, просьбы, переспросы и уточнения, удивление, выделение вводных конструкций, а также интонацию Fall-Rise), и оставили лишь те случаи, когда используется повышающийся тон в конечной тональной единице декларативного предложения, где по правилам нормативного произношения должен использоваться понижающий тон (т. е. встречается явление uptalk).

При повторном анализе, исключив вышеназванные случаи из первичного списка отобранных ситуаций, мы получили корпус из 65 интонационных фраз, содержащих в себе речевые ситуации повествовательных предложений, произнесенных с использованием интонации uptalk. Рассмотрим наиболее яркие примеры.

Видео №1 называется «Climate action needs new frontline leadership». Спикером является Одзава Бинеши Альберт, которая более 30 лет занимается вопросами экологической справедливости и прав коренных народов. Цель ее выступления – привлечь внимание к проблемам климата, чтобы решить их [30]. В самом начале Одзава использует интонацию Uptalk:

(1) I don't believe that I'm old enough to do anything for that long, **but ‘here I ↗am.**

В примере (1) Uptalk носит референтную функцию, спикер обращается к слушающим, пытаясь привлечь внимание.

Далее, в примере (2) uptalk используется уже для того, чтобы подчеркнуть иррациональность существующего решения проблемы, т.е. несет в себе инструментальную функцию.

(2) So, for example, you can invest in the continued existence of a forest in South America, of Indigenous peoples in their lands that should capture carbon. … That's just wrong. **And it just ‘doesn't ↗work.**

Далее Одзава говорит о том, что нашему миру нужны новые лидеры, которые помогут обществу перейти от потребления к регенерации энергии.

(3) Because what we need is a set of leadership … **And ‘they ↗exist.** They exist in communities where people are saying…

В примере (3) можно заметить такой стилистический прием как анадиплосис, который как раз и применяется для подчеркивания мысли о том, что нужные для решения проблемы лидеры уже существуют.

В примерах (4), (5) мы также встречаем анадиплосис и uptalk, использованный с инструментальной функцией:

(4) And they took on Chevron to hold them **accountable and ↗won.** And won resources to build a solar farm in their community.

(5) This is the kind of ‘**leadership we ↗need.** We need this dramatic shift to help us all.

В примерах (6), (7) интонация uptalk используется в конце ряда предложений, то есть в этих случаях подчеркивается важность высказанной ранее мысли.

(6) In rural Kentucky, a community, a rural community who has long relied on coal to fuel their community, they've been organizing with Kentuckians for the Commonwealth and also

created a solar project that is helping low-income families reduce their utility costs and created **‘thousands of ↗jobs.**

(7) A community that has long been harmed by the devastating effects of fossil fuel extraction, is now able to rely on an energy source that is clean **and ‘Indigenous-↗led.**

В анализируемом видео №1 было выявлено 65 контекстов с повышением интонации, среди них 8 с использованием uptalk. Таким образом, можно сделать вывод, что uptalk использовался с частотностью 0,12%, чаще с инструментальной функцией.

Видео №2 называется «A tailored history of who wears what – and why?», спикером является Ричард Томпсон Форд – профессор права в Стэнфорде [31]. Он изучает как законы влияют на культуру, экономику и политическую систему. Его особенно интересует как закон формирует нашу повседневную жизнь; то, как мы проектируем города и определяем сообщества; и как это влияет на наше самоощущение, включая расовые и гендерные роли, религиозные убеждения и наше чувство индивидуальности.

Главный посыл этого выступления состоял в том, что, как и много столетий назад, так и сейчас, существуют различные законы, регулирующие наш стиль одежды. Пример (8) содержит в себе интонацию uptalk, она нужна, чтобы показать, что элита использовала моду для утверждения своего положения в обществе, в то время как обычный человек использовал моду как способ подняться по социальной лестнице.

(8) The elite used fashion in order to assert their social superiority and high **‘status and ↗**
position.

Еще один случай, пример (9), использования uptalk встречается в речи мистера Форда, когда он рассказывает Марке Цукерберге, который носит серую футболку и считает, что тратить энергию на подбор модной одежды нецелесообразно. Ричард Томпсон Форд подчеркивает, что это заявление будто бы принижает людей, которые одеваются модно, имея в виду, что они тратят энергию на подбор гардероба, а не на свою работу.

(9) That gray T-shirt, suddenly not a matter of indifference, it's become a signal of moral virtue and **the ‘work ↗ethic.**

В данном видео было выявлено 82 контекста с повышением интонации, однако только 3 из них заключали в себе интонацию uptalk. Следовательно, uptalk использовался с частотностью 0,04%, чаще в качестве референтной функции.

Видео №3 называется «Let's talk about dying», спикером является доктор Питер Сол – директор отделения интенсивной терапии в частной больнице Ньюкасла в Австралии [32]. Основные идеи его выступления касаются табуированной в обществе темы смерти, согласно его рассказу, многие люди даже не собираются умирать, они предпочитают не думать или не говорить об этом.

Говоря, что все присутствующие в зале не доживут до XXII века (пример (10)), оратор использует uptalk для убеждения своих слушателей, т.е. использует референтную функцию.

(10) Anyway, the second thing I want to say about dying in the 21st century, apart from it's going to happen to everybody… **So there you ↗go**. That's the truth.

Далее, Питер Сол рассказывает, что доктора уже не в силах повлиять на сегодняшние причины смерти. Он использует uptalk в примере (11), что помогает сохранить контроль над тоном разговора.

(11) So what's happening now is there's been a big shift in the way that people die, and most of what they're dying of now isn't as amenable to what we can do as what it used to be like when I was doing this in **the ↗ '80s and '90s.**

В примере (12) присутствует интонация uptalk, поскольку того требует стилистика. В данном случае спикер использует анадиплосис.

(12) I kind of woke up to this bit in the late '90s when **I met this ↗guy.** This guy is called…

Питер Сол рассказал, что они провели опрос среди 4500 жителей дома престарелых и только у одного из ста из них был план о том, что делать, когда их сердца перестанут биться. В примере (13) содержится uptalk, поскольку спикер хочет подчеркнуть и обратить внимание слушателей, что и в отделениях интенсивной терапии люди также не оставляют никаких указаний на случай смерти.

(13) Now, I work in acute care. This is John Hunter Hospital. And I thought, surely, we do **‘better than ↗that.**

Далее Питер Сол говорит, что существует четыре группы смертей. В примере (14) он описывает один из четырех путей и именно поэтому выделяет его интонацией uptalk.

(14) The ones you may know most about are the ones that are becoming increasingly of historical interest: **‘sudden ↗death.**

В примере (15) Доктор Сол говорит о том, что на сегодняшний момент внезапная смерть стала очень редкой, он использует аллюзию на литературных героев и именно интонация помогает ему.

(15) The death of Little Nell and Cordelia and all that sort of stuff just doesn't happen **↗anymore.**

Так же, говоря о том, что разговоры о смерти это уже нечто политическое, Питер Сол вводит шутку при помощи uptalk:

(16) The big idea, I think, is more political. I think we have to get onto this. I suggested we should have **‘Occupy ↗Death.**

В примере (17) uptalk используется, когда Питер Сол высказывает свое негативное отношение к эвтаназии, т.е. реализуется референтная функция.

(17) … I hate euthanasia. I think it's a sideshow. I don't think **eutha’nasia ↗matters.**

Продолжая говорить об эвтаназии в штате Орегон (пример (18)), спикер акцентирует внимание, что только 0,5% людей делают ее, остальные – нет, интонация uptalk использована для эмфазы.

(18) I actually think that, in places like Oregon, where you can have physician-assisted suicide, you take a poisonous dose of stuff, only half a percent of people **ever do ↗that.**

Итак, за все время выступления Питер Сол использовал восходящий тон 98 раз, 12 из них содержали интонацию uptalk, т.е. он встречается в речи с частотностью 0,12%. Чаще всего доктор Сол использовал uptalk в инструментальной функции.

Видео №4 называется «How to speak so that people want to listen», спикером является Джулиан Трежер. председатель Sound Agency, фирмы, которая консультирует предприятия по всему миру о том, как создавать звук в их физических пространствах и коммуникациях [33]. Его последняя книга «Как быть услышанным: секреты эффективного говорения и аудирования», основанная на его выступлении на TED, предлагает практические упражнения для улучшения навыков общения и эффективной речи, осознанного слушания и понимания.

В своем выступлении Джулиан Трежер рассказывает о «семи грехах» говорения. Упоминая один из них (пример (19)), он употребляет uptalk, поскольку это новая смысловая часть его выступления. В данном примере выполняется инструментальная функция интонации uptalk.

(19) Excuses. We've all met **this ↗guy.**

Точно с таким же намерением uptalk используется в примере (20):

(20) They just pass it on to everybody else and don't take responsibility for their actions, and again, hard to listen to somebody who is **being like ↗that.**

Далее Джулиан Трежер делится своей идеей о том, что есть четыре столпа, на которые мы можем опереться, если хотим, чтобы наша речь была мощной и способствовала изменениям в мире. В примере (21) интонация uptalk использована с инструментальной функцией.

(21) Fortunately, these things **spell a ↗word**. The word is «hail»…

Показав некоторые упражнения для постановки звуков и речи, Джулиан Трежер заканчивает выступление и снова использует uptalk для привлечения внимания к важному выводу:

(22) Next time you speak, do those in advance. Now let me just put this in **context to ↗close.** This is a serious point here.

Проанализировав видео №4, мы можем сказать, что повышение тона было использовано 62 раза, среди них встречалась интонация uptalk – 9 раз, т.е. частотность использования составила 0,14%, чаще была употреблена инструментальная функция.

Видео №5 называется «The unforeseen consequences of a fast-paced world», спикер – Кэтрин Боускилл, антрополог и социолог [34]. Она исследует, как наше здоровье формируется не только физиологией, но и нашим поведением и культурным контекстом. В своем выступлении Кэтрин говорит о том, как люди адаптируются к веку ускорения, а также последствиях этого.

Рассказывая о парадоксах скорости, в примере (23) Кэтрин объясняет, что этот парадокс заключается в том, что скорость можно измерить субъективно.

(23) Right? Miles per hour, gigabytes per second. But how speed feels, and whether we like it, **is 'highly ↗subjective.**

В примере (24) Кэтрин Боускилл, используя uptalk, делает акцент на том, что мы можем обратиться за помощью к искусственному интеллекту.

(24) So now we're turning to artificial intelligence to help us make faster and smarter decisions to process this ever-expanding **'universe of ↗data**.

В ходе анализа выяснилось, что повышение тона было выявлено 76 раз, среди них uptalk – 2 раза, т.е. частотность составила 0,02%.

Видео №6 называется «The haunting truth of ghost stories». Спикером является Койя Пас Браунригг – театральный педагог, писатель, режиссер, ученый и художественный администратор, глубоко приверженный расовому и экономическому равенству в искусстве [35].

В своем выступлении Койя Пас говорит об историях о призраках, но именно с точки зрения писателя и режиссера, а не исследователя паранормальных явлений. Ей интересно то, что истории о призраках определенной местности могут дать много лингвокультурной информации об этом месте.

В выступлении Койя Пас рассказывает о своем опыте и отношении к этой теме. В примере (25) представлена интонация uptalk, которая помогает привлечь внимание слушателей, т.е. используется инструментальная функция.

(25) They're terrifying at worst and unsettling at best.

(25) Following my research, we were interested in what these ghosts might tell us about Chicago's hidden history, but we were also interested in the **ghost story as a ↗form.**

В конце выступления Койя Пас снова использует uptalk (пример (26)), когда советует использовать истории о приведениях, чтобы лучше понять культуру определенной местности.

(26) So the next time you're trying to figure out a way to connect and you're not sure what to do, let me offer this. Try asking someone **for a 'ghost ↗story.**

Проведя анализ видео, можно сказать, что спикер использовал повышение тона 62 раза, интонация uptalk среди них встречалась всего 3 раза, что составляет всего 0,04%.

Видео №7 имеет название «A better way to talk about abortion», спикером является Аспен Бейкер, соучредитель Exhale, некоммерческой организации, которая предлагает женщинам и мужчинам эмоциональную поддержку после аборта, свободную от суждений и политики [36].

В своем выступлении Аспен Бейкер затрагивает очень важную тему для современного общества. Девушка делится собственным опытом и, рассказывая о воспитании и семье, она использует uptalk, (пример (27)), чтобы подчеркнуть, что все в ее семье были против абортов.

(27) Everyone was ↗**pro-life.** As a kid, the idea of abortion made me so sad that I knew if I ever got pregnant I could never have one.

Далее Аспен рассказывает о своей знакомой Полли, которая изменила ее взгляды. В примере (28) uptalk использован, чтобы подчеркнуть эту перемену.

(28) But Polly had given me a very special gift: the knowledge that I wasn't alone and the realization that abortion was something that we can talk about. Abortion **is ↗common.**

Примеры (29), (30) повествуют о том, что может оказать поддержку после аборта.

(29) Listening and storytelling. That sounds **pretty ↗nice.** Sounds maybe, easy?

(30) We could all **do ↗that**. It's not easy.

В своем выступлении Аспер Бейкер также рассказала и историю одной верующей девушки, решившейся на аборт. Раскаиваясь, девушка много раз произносила слово «Бог».

(31) Over and over and over again until the word no longer felt strange coming out her **↗mouth.**

В примере (31) автор использует uptalk, чтобы поддержать связь со слушателями. Чтобы подчеркнуть смену темы и ее важность, Аспен снова использует uptalk в примере (32).

(32) This time I was looking forward to the birth of my↗ son.

Проанализировав это весьма эмоциональное видео, мы отметили, что повышение тона было использовано 59 раз, 12 из них с интонацией uptalk, т.е. частота употребления составила 0,2%, чащу была использована референтная функция.

Видео №8 называется «This decade calls for Earthshots to repair our planet", спикер – принц Уильям, герцог Кембриджский [37]. Защита окружающей среды для будущих поколений является одним из ключевых приоритетов принца Уильяма. Рассказывая о том, как быстро изменилось общество во время пандемии COVID-19 (пример (33)), принц Уильям говорит, что молодые люди больше не верят, что перемены – это слишком сложно. И он с ними согласен, чтобы подчеркнуть это, он использует uptalk.

(33) They witnessed the world turn on its head. They believe that the climate crisis and the threat to our biodiversity deserves our full attention and ambition. And **they're ↗right.**

Далее, в примере (34) принц Уильям говорит, что он гордится теми людьми, которые полны решительности не изменять мир, а оставлять его таким, какой он есть. Для привлечения внимания слушателей он также использует uptalk:

(34) I'm determined to both start and end this decade as **an ↗optimist.**

Таким образом, за все выступление принца Уильяма повышение тона было замечено 40 раз, 3 из которых содержали uptalk, т.е. 0,075%.

Видео №9 называется «The mental health benefits of storytelling for health care workers», спикером является Лорел Брейтман – автор бестселлеров и преподаватель по написанию текстов и рассказыванию историй в медицинской школе Стэнфордского университета [38].

В ее выступлении uptalk встречался достаточно часто, но мы остановимся на самых ярких примерах. Работа Лорел Брейтман состояла в том, чтобы обучать письму, рассказыванию историй и общим коммуникативным навыкам врачей, медсестер, студентов-медиков и других работников здравоохранения. Она думала, что студенты будут писать эссе о специфике своей работы, но вместо этого она получила эссе о том, как тяжело студентам морально. В примере (35) uptalk используется, чтобы показать разницу между ожиданиями и реальностью.

(35) And I thought I'd get a ton of great student essays about dissecting cadavers and poems about the spleen. And I did. But almost immediately, I started getting more essays that made me really anxious and '**really ↗worried.**

В примерах (36), (37), чтобы привлечь внимание слушателей в проблеме высокого уровня депрессии и высоких показателей самоубийств врачей среди всех профессий в Соединенных Штатах, Лорел использует uptalk.

(36) **This is ↗scary.** Not just for them but for us, too.

(37) I really think doctors have the most **im'portant ↗job.**

Говоря о том, что написание эссе помогло студентам-медикам снизить уровень стресса, Лорел Брейтман употребляет (пример (38)) uptalk, чтобы подчеркнуть важность проделанной работы.

(38) If this was a mental health drug, it would be an absolute blockbuster. Results seem to last up **to a ↗month.**

Итак, за время выступления Лорен использовала повышение тона 60 раз, 10 из которых содержали uptalk, т.е. частотность составила 0,17%, чаще всего использовалась инструментальная функция.

Видео №10 называется «Can we stop climate change by removing CO2 from the air?», спикер – Тим Крюгер, он исследует геоинженерию, а именно методы противодействия изменению климата путем преднамеренного крупномасштабного вмешательства в систему Земли [39].

Говоря о проблемах большого выделения углекислого газа человечеством (пример (39)), Тим Крюгер использует uptalk, желая сделать акцент на важности этой проблемы.

(39) We can no longer avoid these '**thorny ↗issues.**

При ответе на вопрос зрителя из зала (пример (40)), Тим Крюгер использует uptalk, рассказывая, что, чтобы развить идею сброса извести в океан, сперва нужно провести серию мини-экспериментов, этап за этапом.

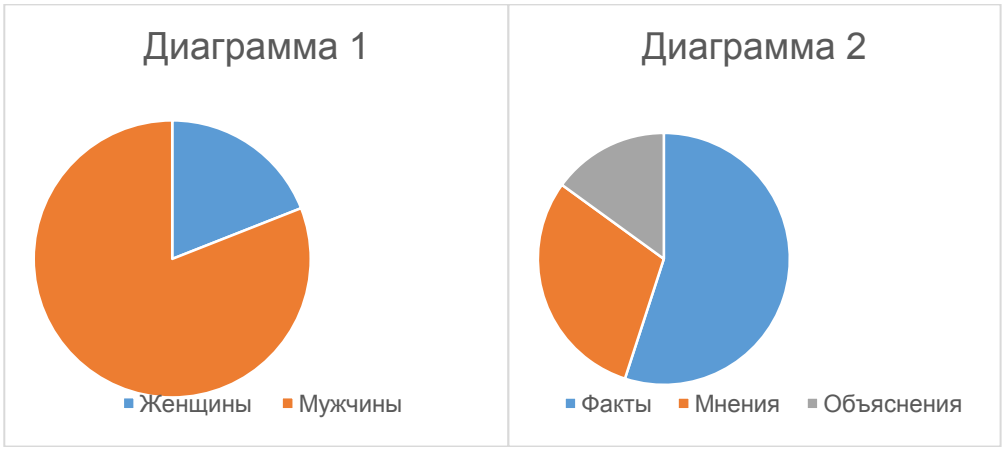
(40) In the same way, when you're trialing a new drug, you wouldn't just go into human trials straight off. You would do **a 'small ↗experiment.**

Итак, в речи Тима Крюгера было зафиксировано 31 повышение интонации, всего 3 их них были с интонацией uptalk, т.е. 0,09%.

Для более наглядного представления результатов нашего исследования мы составили диаграммы, основываясь на фактических данных.

Диаграмма 1 показывает частотность употребления интонации uptalk по гендеру. Из нее видно, что в современном английском языке, согласно нашим исследованиям, мужчины чаще употребляют интонацию uptalk в речи.

Диаграмма 2 демонстрирует различия употребления интонации uptalk по типам речевой деятельности (сообщение фактов, мнений, а также объяснение или описание). Глядя на диаграмму 2, можно сказать, что чаще всего интонация uptalk использовалась для сообщения фактической информации (55%), реже для выражения мнения (30%) и реже всего для объяснения каких-либо действий (15%).



Исходя из результатов проведенного исследования, можно заключить, что использование интонации uptalk в утвердительных предложениях обусловливается прагматической ориентацией речи говорящего. Семантически, в анализируемых интонационных фразах, подъем происходил в декларативном высказывании и, что особенно важно, в позиции, которая прагматически «отмечена» в дискурсе; то есть

подъем был в конце фразы, которая не была бы логически или исторически связана с восходящим тоном. Таким образом, можно сказать, что все интонационные фразы произносились с учетом различных социальных, прагматических и интерактивных факторов.

Такая интонация придает вопросительную семантику утвердительным высказываниям, что помогает обратиться к собеседнику, привлечь внимание, заручиться его поддержкой, согласием, таким образом говорящий стремится установить контакт с собеседником и удостовериться, что собеседник следит за ходом мыслей говорящего.

Список использованных источников

1. Barry A.S. The Form, Function, and Distribution of High Rising Intonation in Southern Californian and Southern British English. – PhD thesis: University of Sheffield, 2007. – 304 p.
2. Bradford B. Upspeak in British English // English Today, 1997. – № 51. – P. 29–36.
3. Brazil D. The Communicative Value of Intonation in English. – Cambridge: Cambridge University Press, 1997. – 204 p.
4. Bryant P. Australian Questioning Intonation: An Addition to Speakers' Response-Seeking Repertoire. – BA(Honours) thesis: Australian National University, 1980. – 154 p.
5. Crystal D. The English Tone of Voice. – London: Edward Arnold, 1975. – 258 p.
6. Crystal D. Encyclopedia of the English Language. – Cambridge: Cambridge University Press, 2000. – 491 p.
7. Di Gioacchino M. and Crook Jessop L. Uptalk: towards a quantitative analysis // Toronto Working Papers in Linguistics, 2010. – Vol. 33. – P. 1-16.
8. Fletcher, J., Harrington, J. 2001. High-rising terminals and fall-rise tunes in Australian English // Phonetica, 2001. – № 58. – P. 215-229.
9. Gorelik V. Uptalk as a powerless speech style characteristic of job candidates. – Master's thesis: California State University, Fullerton, USA, 2016. – 92 p.
10. Gorman J. On Language; Like, Uptalk? // New York Times. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nytimes.com/1993/08/15/magazine/on-language-like-uptalk.html (дата обращения: 20.09.2022).
11. Guy G., Horvath B., Vonwiller J., Daisley E. and Rogers I. An intonational change in progress in Australian English. – Language in Society, 1986. – №15 (1). – P. 23-51.
12. Hoffman J. Overturning the Myth of Valley Girl Speak. // New York Times. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://well.blogs.nytimes.com/2013/12/23/overturning-the-myth-of-valley-girl- speak/?_r=0 (дата обращения: 18.09.2022).
13. Lakoff R. Language and Women's Place // Language in Society. – 1973. – Vol. 2, №1. – P. 45-80.
14. Levon E. Gender, interaction and intonational variation. The discourse functions of High Rising Terminals in London // Journal of Sociolinguistics, 2016. – №20. – P.133-163.
15. Levon E. Same difference: The phonetic shape of High Rising Terminals in London. // English Language and Linguistics, 2018. – № 24. – P. 49-73.
16. Liberman M. Uptalk is not HRT // Language Log, 2006. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://itre.cis.upenn.edu/~myl/languagelog/archives/002967.html (дата обращения: 17.09.2022).
17. Lindemann S. Variation or Error? // Perception of Pronunciation Variation and Implications for Assessment Sociolinguistic, Cross-cultural and Lingua Franca Perspectives, 2016. – P. 193-209.
18. Lusher T. Uptalking is back, with an ironic twist // The Guardian, 2010. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.theguardian.com/education/2010/may/02/uptalking-ironic-annoying-tv (дата обращения: 07.09.2022).

19. Marsh S. The rise of the interrogatory statement. // The Times, 2006. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.thetimes.co.uk/tto/law/columnists/article2045829.ece (дата обращения: 07.09.2022).
20. McLean G. Television: TV review: In For the Kill. // The Guardian, 2002. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.thetimes.co.uk/tto/law/columnists/article2045829.ece (дата обращения: 07.09.2022).
21. Nordquist R. Speech Patterns: Uptalking. // ThoughtCo, 2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: thoughtco.com/uptalk-high-rising-terminal-1692574 (дата обращения: 07.09.2022).
22. Ritchart A., Arvaniti A. Do we all speak like valley girls? Uptalk in Southern Californian English. // ASA Lay Language Papers: Sheffield, 2013. – P. 42-50.
23. Stokel-Walker Ch. The unstoppable march of the upward inflection? // BBC News. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.bbc.com/news/magazine-28708526 (дата обращения: 07.09.2022).
24. Swan M. Practical English Usage. – Oxford: Oxford University Press, 2005. – 3rd Edition. – 688 p.
25. Talla Sando Y. Upspeak Across Canadian English Accents: Acoustic and Sociophonetic Evidence. // In Proceedings of the 2009 annual conference of the Canadian Linguistic Association, 2009. – P. 1-12.
26. Warren P. Patterns of late rising in New Zealand English: Intonational variation or intonational change? // Language Variation and Change. – 2005. – №17. – P. 209-230.
27. Warren P. Uptalk. The Phenomenon of Rising Intonation. – Cambridge Union Press, 2016. – 223 p.
28. Webb K. High Rising Terminals in Australian English: Form and Function. – BA (Honours) thesis: University of Melbourne, Melbourne, 2008. – 49 p.
29. Wells J.C. English Intonation: an Introduction. – Cambridge: Cambridge University Press, 2006. – 276 p.
30. Climate action needs new frontline leadership. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ted.com/talks/ozawa_bineshi_albert_climate_action_needs_new_frontline_leadership (дата обращения: 01.10.2022).
31. A tailored history of who wears what – and why. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ted.com/talks/richard_thompson_ford_a_tailored_history_of_who_wears_what_and_why (дата обращения: 01.10.2022).
32. Let's talk about dying. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ted.com/talks/peter_saul_let_s_talk_about_dying/transcript?language=en (дата обращения: 01.10.2022).
33. How to speak so that people want to listen. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ted.com/talks/julian_treasure_how_to_speak_so_that_people_want_to_listen (дата обращения: 01.10.2022).
34. The unforeseen consequences of a fast-paced world. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ted.com/talks/kathryn_bouskill_the_unforeseen_consequences_of_a_fast_paced_world (дата обращения: 01.10.2022).
35. The haunting truth of ghost stories. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ted.com/talks/coya_paz_brownrigg_the_haunting_truth_of_ghost_stories (дата обращения: 01.10.2022).
36. A better way to talk about abortion. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ted.com/talks/aspen_baker_a_better_way_to_talk_about_abortion (дата обращения: 01.10.2022).
37. This decade calls for Earthshots to repair our planet. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://www.ted.com/talks/prince_william_this_decade_calls_for_earthshots_to_repair_our_planet (дата обращения: 01.10.2022).
38. The mental health benefits of storytelling for health care workers. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ted.com/talks/laurel_braitman_the_mental_health_benefits_of_storytelling_for_health_care_workers (дата обращения: 01.10.2022).
39. Can we stop climate change by removing CO2 from the air? – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ted.com/talks/tim_kruger_can_we_stop_climate_change_by_removing_co2_from_the_air (дата обращения: 01.10.2022).

УДК 811.113.1

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ МЕЖЪЯЗЫКОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В МЕДИАСФЕРЕ

Бодрягина В. Е.
Студент, Оренбургский государственный университет, Оренбург, bodraginavaleria@gmail.com

Научный руководитель: Симутова Ольга Петровна, заведующий кафедрой немецкой филологии и методики преподавания немецкого языка, Оренбургский государственный университет, Оренбург.

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию использования межъязыковых преобразований в процессе двуязычной коммуникации в медиасфере путем обращения к известным классификациям переводческих трансформаций. Информация в статье основана на сравнительном анализе маркетинговых слоганов и рекламных видео материалов на русском, немецком и английском языках. Также были проанализированы переводческие решения при выборе трансформаций, их влияние на результат перевода и качественное различие текстов на исходном и переводящем языках.

Ключевые слова: переводческие трансформации, реклама, слоган, перевод, межъязыковые преобразования

THE USE OF TRANSLATION TRANSFORMATIONS IN THE INTERLANGUAGE COMMUNICATION PROCESS IN THE MEDIA SPHERE

Bodryagina Valeria Evgenjevna, student, Orenburg State University, Orenburg, bodraginavaleria@gmail.com

***Research advisor: Simutova Olga Petrovna, Head of the Department of German Philology and Methods of Teaching German, Orenburg State University, Orenburg*.**

Abstract. This article is devoted to the study of the use of interlanguage transformations in the process of bilingual communication in the media sphere by referring to the well-known classifications of translation transformations. The information in the article is based on a comparative analysis of marketing slogans and promotional video materials in Russian, German and English. There were analyzed the translation decisions by choosing transformations, their impact on the translation result and the qualitative difference between the texts in the source and the translating languages.

Keywords: translation transformations, interlanguage transformations, advertising, slogan, translation.

Реклама – незаменимый помощник в продвижении любого продукта человеческой деятельности. Это явление стало неотъемлемой частью общественной жизни. Маркетологи используют всевозможные способы для привлечения внимания потребителя. Соответственно, реклама может быть яркой и притягивающей взгляд. К таким средствам относятся городские баннеры. Показательным примером навязчиво-раздражающей рекламы станет незаурядный текст песни, в которой, к тому же, множество раз повторяется название бренда. Однако не стоит отрицать преимущества данного явления. Один из главных плюсов – это распространение информации о продукте и нахождение

новых покупателей. В современном мире особое внимание уделяется выходу на международный рынок. Таким образом, рекламные изображения, аудио и видео материалы стали средством межкультурного обмена. В определённый момент в эту «игру» вступает переводчик как незаменимый посредник между культурами для удачной двуязычной коммуникации.

Переводчик – человек, участвующий в процессе перекодирования информации с исходного языка на язык перевода. Гарбовский Николай Константинович называет его «по меньшей мере двуязычной личностью, обращенной одновременно к двум культурам». Ю.Хольц-Мянттяри выдвигает следующее требование к переводчику: «он должен не только обладать языковой компетенцией, но и знать, как в другой культуре говорят и пишут об определенном содержании, какие аргументы следует приводить для достижения определенной цели» [2]. Будучи и рецептором, и реципиентом именно переводчик должен выстроить «мост», который обеспечит получателя пониманием информации, заложенной в текст. Этим метафорическим «мостом» и является перевод. Важно отметить, что перевод в данном случае является результатом «языкового посредничества, при котором содержание иноязычного текста оригинала передается на другой язык путем создания на этом языке коммуникативно равноценного текста» [3].

Переложение текста в сфере СМИ с исходного языка (ИЯ) на язык перевода (ПЯ) ставит перед переводчиком сложную задачу. Он должен предоставить такой перевод, чтобы тот выполнял свою прагматическую сверхзадачу и оказывал такое же регулятивное воздействие на получателя, что и исходный текст на носителя ИЯ, при этом «не допуская нарушения норм и узуса переводящего языка, соблюдая жанрово-стилистические требования к текстам данного типа и соответствуя общепризнанной конвенциональной норме перевода». Таким видит адекватный перевод В. Н. Комиссаров [7].

В процессе такой межъязыковой коммуникации как перевод рекламных текстов и слоганов важно помнить о мотивационном аспекте. Материалы СМИ, переведенные некачественно, теряют свою оригинальность и побудительный посыл. Это приводит к тому, что у носителя ПЯ, выступающего в роли потребителя, появится чувство отторжения не только самого рекламного текста или слогана, но и рекламируемых ими продуктов или услуг. В то время как удачно-переведенные слоганы легко запомнятся и станут частью иноязычной культуры.

Также исключительно точное перекодирование маркетинговых текстов с ИЯ на ПЯ воспринимается реципиентом, как результат косноязычия. Таким образом, носитель ПЯ воспримет перевод, как нечто нестандартное и вызывающее негативные ассоциации.

Слоган «*Der neue Polo. Kann mehr*», размещенный под роликом [11] на медиа платформе Youtube официальным представителем в германии, был переведен на английский язык: «*The new Polo – Who says you can't?*» [13]. При сравнении сразу можно заметить различие грамматических структур. Немецкий вариант говорит, что «ты можешь больше», в то время как английский спрашивает, «кто сказал, что ты не можешь». Для потребителя в германии важно видеть развитие и прогресс. Для носителя английского языка на первое место выступает наличие возможности что-то сделать, быть наравне со всеми. Данная тенденция очень логична, если проследить стремление западной культуры к толерантности и равенству. Этот пример отражает разницу менталитетов и особенности восприятия информации в зависимости от культурной принадлежности. Данное явление демонстрирует также расхождение в объеме преинформационных запасов носителей ИЯ и ПЯ, чьи языковые картины мира сформировались в соответствии с особенностями когнитивных процессов. Ели мы вернемся к анализу процесса межъязыковой коммуникации, то стоит указать на переводческую трансформацию [1], к которой прибегает переводчик. Но прежде нужно дать определение этому явлению. По Л. С. Бархударову «это межъязыковые преобразования, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков» [6]. Возвращаясь к типу трансформации,

указанного выше, примера, то исходя из классификации, предложенной Л. К. Латышевым, перед нами образец глубинной трансформации. Происходит изменении набора деталей, используемых для передачи информации, вторгающиеся «в глубинный слой речемыслительной деятельности». Более того, стоит обратиться к классификации переводческих трансформаций В. Н. Комиссарова, который выделяет антонимический перевод как один из видов лексико-грамматических преобразований. В рекламном слогане ярко отражается его суть: замена утвердительной формы предложения на вопросительную.

Если анализировать тексты рекламных роликов, то в самом начале видео представляется перевод предложения: «*Wer sagt, dass es grenzen gibt*». Результатом языковой коммуникации становится следующий вариант: «*Who says you can't go further...?*». Текст на ИЯ в переводе на русский звучит так: «Кто сказал, что есть границы?». Английский текст можно перевести таким образом: «Кто сказал, что ты не можешь идти дальше?» В процессе перекодирования материала с исходного (немецкого) языка на язык перевода (английский) переводчик прибегает к некоторым трансформациям, при это тексы на одинаковом уровне выполняют прагматическую сверхзадачу. Путем компенсаторной замены языковой посредник выполняет перевод второй части предложения. Данный способ предлагает В. Н. Комиссаров, относя его к комплексным лексико-грамматическим трансформациям [3]. Несмотря на утрату конкретного элемента текста, у получателя не возникнет чувство непонимания благодаря замене, которую вводит переводчик. Таким образом, по мнению А. В. Федорова, потеря не ощущается на общем фоне, и восполняется другой конструкцией, изначально не предусмотренной исходным текстом [8].

Также ярким примером межъязыковой коммуникации в сфере СМИ является рекламное видео, представленное официальными представителями концерна «*Audi*» в России [9]. Этот тезис был представлен потребителям на разных платформах: «Это дорога и приглашение, билет на лучшие места. Начало. Игра, правила которой пишутся на ходу. Бездорожье. Покажите где? Разве это буря? Это выплеск адреналина! Хорошо, это лед. Ну и отлично! Страсть? Да это страсть! И это не вершина, это переход на следующий уровень. Это не просто полный привод, это технология «Кватро!»». В качестве текста на исходном языке переводчик получил следующий фрагмент: «*Das ist keine Straße. Das ist eine Einladung. Das ist nicht Fahren. Das ist Carving. Das sind keine schlechten Bedingungen, denn die gibt es nicht. Das ist kein Unwetter. Das ist eine Adrenalinquelle. Okay, das ist Eis. Na und! Das ist keine Spannung. Das ist eine Leidenschaft. Das ist kein Berg. Das ist ein nächste Level. Das ist normaler Allradantrieb. Das ist Quattro*» [10].

Сперва стоит сказать, что оба фрагмента изъяты из видео материалов, поэтому сравнивать некоторые грамматические особенности не корректно, т.к. мы не имеем представления о том, как пунктуационно объединены лексические единицы, словосочетания и предложения между собой. Анализируя оба текста, можно отметить, что некоторые места трансформированы достаточно вольно и в русском переводе наблюдаются конструкции, которые отсутствуют в немецком варианте [1]. Таким образом присутствуют изменения на всех языковых уровнях. Следуя определению из словаря В. Н. Ярцевой, это «подсистемы общей системы языковой, каждая из которых характеризуется совокупностью относительно однородных единиц и набором правил, регулирующих их использование и группировку в различные классы и подклассы. Можно выделить следующие основные уровни языка: фонемный, морфемный, лексический (словесный), синтаксический (уровень предложения)» [5].

При сравнении текстов на ИЯ и ПЯ мы заметим расхождения уже в первых предложениях. «*Das ist keine Straße. Das ist eine Einladung*» перекодировано как «Это дорога и приглашение». А переведя дословно немецкий текст, мы получим такой вариант: «Это не дорога. Это приглашение». При воспроизведении данного элемента на русский язык переводчик заменил отрицание на утверждение, расширив объем информации, о

которой идет речь. Такой прием нельзя назвать антонимической заменой, не смотря на изменении конструкции с отрицательной на утвердительную форму, и считать выполненный перевод адекватным, потому что происходят нарушения на уровне эквивалентности, которые, как пишет В. Н. Комиссаров, приводят к потере относительного равенства содержательной, смысловой и функционально-коммуникативной информации [2].

Самым ярким расхождением является добавление или «вклинивание» большого фрагмента в русскоязычном варианте, который не имеет места в немецком: «...билет на лучшие места. Начало. Игра, правила, которые пишутся на ходу». Переводчик, выступая в качестве языкового посредника, для большого эффекта на получателя, а в данном случае, на российского потребителя и потенциального покупателя автомобиля, о котором идет речь, прибегает к вольности. В этом случае у специалиста была возможность без ущерба для качества перевода перевести ближе к исходному тексту, но по некоторым причинам он пренебрег мерами переводческих трансформаций. Однако, данное явление не отменяет регулятивное воздействие на рецептора или носителя ПЯ, которое равно тому, что оказывается на носителя ИЯ. Возможно, оно даже усиленно благодаря «вклиниванию» и имеет более сильный мотивационный эффект. Что очень важно в сфере маркетинга.

Помимо «вклинивания» информации переводчик, в процессе перекодирования текста с немецкого языка на русский, прибегает к такой трансформации как «опущение». Мы без труда наблюдаем, что в русскоязычном варианте отсутствует данный фрагмент: «*Das ist nicht Fahren. Das ist Carving*».

Такое расхождение, представленное в двух последних примерах, может вызвать сомнения в компетентности переводчика, отразить возможность недостаточной квалифицированности знаний или халатность и несерьезное отношение к процессу межъязыковой коммуникации.

Фрагмент: «*Das sind keine schlechten Bedingungen, denn die gibt es nicht*», – был переведен как: «Бездорожье. Покажите где?». Мы видим, что словосочетание «*schlechten Bedingungen*» заменено на лексическую единицу «бездорожье», несмотря на то, что данное словосочетание имеет более точный или дословный перевод: «плохие условия», которое содержит в себе много контекста. Выбор переводчика конкретизирует то, о каких плохих условия идет речь. В.Н.Комиссаров относит этот способ трансформации к категории лексико-семантических [2]. Важно также отметить, что данный пример относится к контекстуальной конкретизации, которая определяется как замена понятия с широким смыслом на вариант с более узким для достижения большей образности и наглядности. А придаточная часть предложения «..., *denn die gibt es nicht*» трансформируется в «*покажите где*». Более близкий к исходному тексту вариант звучит так: «потому что их (плохих условий) нет». Но вариант переведенного текста (ПТ) носит скрытый посыл, условно говоря, что «для владельцев данного автомобиля нет трудностей даже за пределами гладкого асфальта». Эта часть также стилистически отличается. В ней заложена некоторая усмешка и ирония. Данные способы передачи информации всегда вызывают ответную реакцию у получателя, потому что влияют на эмоциональное восприятие. Говоря о типе трансформации, то этот пример относится к антонимичной замене, суть которой была раскрыта ранее в статье. Несмотря на сильные отличия, однако, оба варианта равнозначны в плане общего смыслового содержания, соответственно, они в равной степени будут иметь эффект на своих рецепторов.

Следующий элемент рекламы на немецком языке: «*Das ist kein Unwetter. Das ist eine Adrenalinquelle*», – имеет вот такое переложение на русский: « *Разве это буря? Это выплеск адреналина*». Посредник между двумя культурами снова допускает вольность и пренебрегает более точным переводом: «*Это не буря. Это источник адреналина*». Более того, он использует вопросительную конструкцию вместо утвердительной. Лексическая единица «*разве*» преуменьшает значение высказывания, и все предложение как бы говорит: «любые погодные условия ничто». Слово «*источник*», в свою очередь,

заменяется на «выплеск». Последний вариант более эмоционально окрашен, нежели слово «*источник*» и стилистически больше соответствует контексту. Данную трансформацию можно отнести к лексико-семантической замене, о которой пишет В. Н. Комиссаров [2]. Смысл данного преобразования заключается в том, что одна лексическая единица вводится вместо другой, несмотря на несовпадение по значению, при этом сохраняя логику высказывания. Но, если сравнивать два варианта рекламного видео в плане воздействия, то оба одинаково влияют на потребителей и в равной степени сохраняют смысловую нагрузку высказывания.

Большие расхождения на разных уровнях имеют эти фрагменты: «*Das ist keine Spannung. Das ist eine Leidenschaft*» и «*Страсть? Да, это страсть*!». Следуя критериям минимальности (трансформация, решающая задачу достижения равноценности регулятивного воздействия ИТ и ПТ за счет минимальных отступлений от семантики и структуры оригинала) и мотивированности (трансформация мотивирована необходимостью достижения равноценности регулятивного воздействия) результат перевода немецкого текста будет таким: «*Это не напряжение. Это страсть*» [1]. Лексема «*Spannung*» имеет значение «страсть» в определённом контексте [12]. Но использовав его в данном фрагменте, высказывание не будет иметь смысла и потеряет логику. Можно заметить, что в этом примере, как и в предыдущих, русскоязычный рекламный текст будто сам выстраивает коммуникацию с получателем, именно за счет введения вопросительных конструкций. Данный пример также отражает принцип такой переводческой трансформации как антонимичный перевод, в котором отрицательная форма выражения заменяется на вопросительную [2].

Таким образом, переводчик в процессе межъязыковой коммуникации в медиа сфере при выборе той или иной трансформации в большинстве случаев старается соблюдать прагматическую норму перевода и создать регулятивное воздействие на получателя переводного текста, которое, в свою очередь равно тому, что оказывается на получателя исходного текста.

Список использованных источников

1. Евтеев С.В., Латышев Л.К. Перевод и языковое посреднечество // Филологические науки в МГИМО. – С. 80-83.
2. Комиссаров В.Н. Общая теория перевода: Проблемы переводоведения в освещении зарубежных ученых: (Учеб. пособие). – Москва, 1999. – 136 с.
3. Комиссаров В.Н. Перевод и интерпретация //Тетради переводчика. Вып.19. – М., 1982. – С. 3-19.
4. Латышев, Л.К. Технология перевода / Л.К. Латышев. – М.: Академия, 2008.
5. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд., доп. – М. : Большая рос. энцикл., 2002. – 709 с.
6. Переводческие трансформации [Электронный ресурс]// Classes – Режим доступа: https://classes.ru/grammar/125.Barhudarov-yazik-i-perevod/html/topic_13.html (дата обращения: 01.10.2022).
7. Понятие переводческих трансформаций [Электронный ресурс].// Classes – Режим доступа: https://classes.ru/grammar/43.Teoriya_perevoda_Lingvicticheskiye_aspekty/extfile/help2/html/unnamed_26.html (дата обращения: 10.10.2022).
8. Федоров А.В. Основы общей теории перевода. М.: Высшая школа, 1983.
9. Audi – Территория quattro. Добро пожаловать // Youtube [Электронный ресурс].– Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=pQpiOdwT4-0 (дата обращения: 12.10.2022).
10. Audi Werbung "Quattro" // Youtube [Электронный ресурс].– Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=6S8vJCPdhkY (дата обращения: 14.10.2022).

11. Der neue Polo. Kann mehr // Youtube [Электронный ресурс].– Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=3icE3VfIf3s (дата обращения: 15.10.2022).
12. Online-Wortschatz-Informationssystem Deutsch (OWID) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.owid.de/ (дата обращения 20.10.2022)
13. The new Polo – Who says you can't? // Youtube [Электронный ресурс].– Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=V7O_tkGjc_I (дата обращения 20.10.2022)

УДК 811.111

МЕТАФОРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОНЯТИЙНОЙ СФЕРЫ «МОДА» В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КАРТИНЕ МИРА

Гвоздарева И. С.

Студент, Челябинский государственный университет, г. Челябинск, IRINA.GVOZD@bk.ru

Научный руководитель: Марина Фаритовна Масгутова, кандидат филологичеких наук, доцент кафедры теории и практики английского языка, Челябинский государственный университет, г. Челябинск

Аннотация: Статья посвящена метафорическому моделированию понятийной сферы «мода» в англоязычной картине мира. За основу исследования была взята книга-биография «Коко Шанель: легенда и жизнь» британской писательницы, биографа и журналистки Жюстин Пикарди. Изучение биографии дает возможность выделить особые метафорические модели в жизни данной личности. В теоретической части приведены определения лингвистических терминов «слот», «фрейм», «метафорическая модель». Рассматриваются основные слоты, приводятся конкретные примеры из банка цитат.

Ключевые слова: языковая картина мира, метафорическая модель, метафора, Коко Шанель, биография, слот, фрейм.

METAPHORICAL MODELING OF THE CONCEPTUAL SPHERE OF "FASHION" IN THE ENGLISH-SPEAKING PICTURE OF THE WORLD

Gvozdareva Irina Sergeevna, student, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, IRINA.GVOZD@bk.ru

Marina Faritovna Masgutova, Ph.D. in Philology, Associate Professor of the Department of Theory and Practice of the English Language, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk

Annotation: The article is devoted to the metaphorical modeling of the conceptual sphere of «fashion" in the English-speaking picture of the world. The study was based on the biography book “Coco Chanel: the legend and the life" by the British writer, biographer and journalist Justine Picardie. The study of biography makes it possible to identify special metaphorical models in the life of a person. The theoretical part contains definitions of the linguistic terms “slot”, “frame”, “metaphorical model”. The main slots are considered, specific examples from the bank of quotations are given.

Keywords: language picture of the world, metaphorical model, metaphor, Coco Chanel, biography, slot, frame.

В современной когнитивной лингвистике метафора может рассматриваться как способ отражения действительности мира, особого миропонимания как для целого народа, так и для отдельного человека. Метафорой называю единицу ментальной деятельности человека. По мнению Д. Лакоффа и М. Джонсона, «метафора пронизывает нашу повседневную жизнь, причем не только язык, но и мышление и деятельность. Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы думаем и действуем, по сути своей метафорична» [2, 1987: 24].

Метафора представляет собой универсальное явление в языке. Универсальность метафоры проявляется в пространстве и во времени, в языковой структуре. В лингвистике

проблема метафоры и как процесса создания новых значений языковых выражений в ходе их переосмысления, и как уже готового метафорического значения рассматривалась давно.

В своей научной работе В. А. Чудинов пишет: «метафорическая модель представляет собой существующую или складывающаяся в сознании носителей языка схему связи между понятийными сферами, которую можно представить определенной формулой» [5, 2001:70]. Каждый отдельный носитель языка вносит в определённое слово или понятие уникальный смысл и наполняет его значением, которое отличается от того, что существует в понимании другого носителя того же языка. Существуют такие метафорические модели, которые уже являются каноничными для одного народа, поэтому люди могут столкнуться с непониманием в разговоре с представителями других народов, не имея возможности сразу погрузиться в миропонимания представителей другой культуры.

В современных лингвистических исследованиях термин «метафорическая модель» понимается по-разному. В.Н. Телия считает, что «по существу метафора является моделью, выполняющей в языке ту же функцию, что и словообразовательная модель, но только более сложную и к тому же действующую «скрыто» и «нестандартно» [4, 1988: 180].

Неоднозначное отношение к понятию метафоры наблюдается с момента его возникновения. «Платон не одобрял использование изобразительных средств языка, Цицерон воспринимал метафору как ненужное изобретение. Долгое время преобладало именно такое негативное отношение к метафоре» [3, 2004: 174]

Каждый язык подразумевает наличие собственной языковой картины мира, в соответствии с которой носитель языка формирует содержание высказывания. Именно так проявляется уникальное человеческое восприятие мира, зафиксированное в языке. Е.С. Кубрякова считает, что «языковая картина мира – важная составная часть общей концептуальной модели мира» [1,1994: 139]. В отечественном языкознании изучение языковой картины мира становится одной из наиболее значимых тем в последние годы. Из-за постоянных дискуссий и продолжающегося изучения до сих пор не существует достаточно четкого представления, какой именно смысл вкладывается в это понятие.

Метафора передает более точный смысл явлений, подчеркивает важный нюанс в художественном тексте. Из этого можно сделать вывод, что этот инструмент нужен для того, чтобы соединить прошлое с будущим, старые теории с новыми. Познать неизвестное возможно только лишь через хорошо знакомое, а адекватное языковое отражение этого нового возможно при использовании хорошо знакомых слов, помещенных в новые контексты.

Под слотом принято понимать конкретную реализацию типичной ситуации в схеме какого-либо фрейма. Так, А.П. Чудинов в своем исследовании определяет слоты как « элементы ситуации, которые составляют какую-то часть фрейма, какой-то аспект его конкретизации » [5, 2001:52].

В качестве материала исследования был взят текст художественной книги британской писательницы Джастин Пикарди «Coco Chanel. The legend and the life». В произведении описывается жизненный путь известного модельера, ее отношение к моде. Изучение биографии того или иного человека позволяет разобраться в его мировосприятии и дает возможность выделить особые метафорические модели, присутствующие в жизни данной личности, поэтому изучение именно этого произведения является важным элементом исследования.

Согласно результатам нашего исследования, были выделены следующие метафорические модели понятийной сферы «мода» – метафорическая модель «Fashion – business», метафорическая модель «Fashion – Art», метафорическая модель «Fashion – way of life».

Одной из метафорических моделей, которые можно выделить на основе данной художественной книги, является метафорическая модель Fashion – business (мода – бизнес).

Из данной метафорической модели выделяются фреймы, из которых, в свою очередь, можно выделить слоты. Методом анализа языкового материала выше названной книги из метафорической модели «Fashion-business» нами были выделены три фрейма: «Fashion – work», «Fashion – game», «Fashion – business activity».

Каждый фрейм представлен несколькими слотами. В данном произведении мода для Коко Шанель является как работой, требующей определенных навыков, усердия и являющаяся для героини основным источником заработка. Отсюда можно выделить следующие слоты: Fashion – earnings (мода – заработок) и Fashion – special skills (мода – специальные профессиональные навыки). В фрейме «Fashion – work» можно определить два слота.

Первый – это слот Fashion – earnings (мода – заработок).

Модная индустрия позволяет огромному количеству как уже популярным брендам, так и начинающим получать оплату за свой труд.

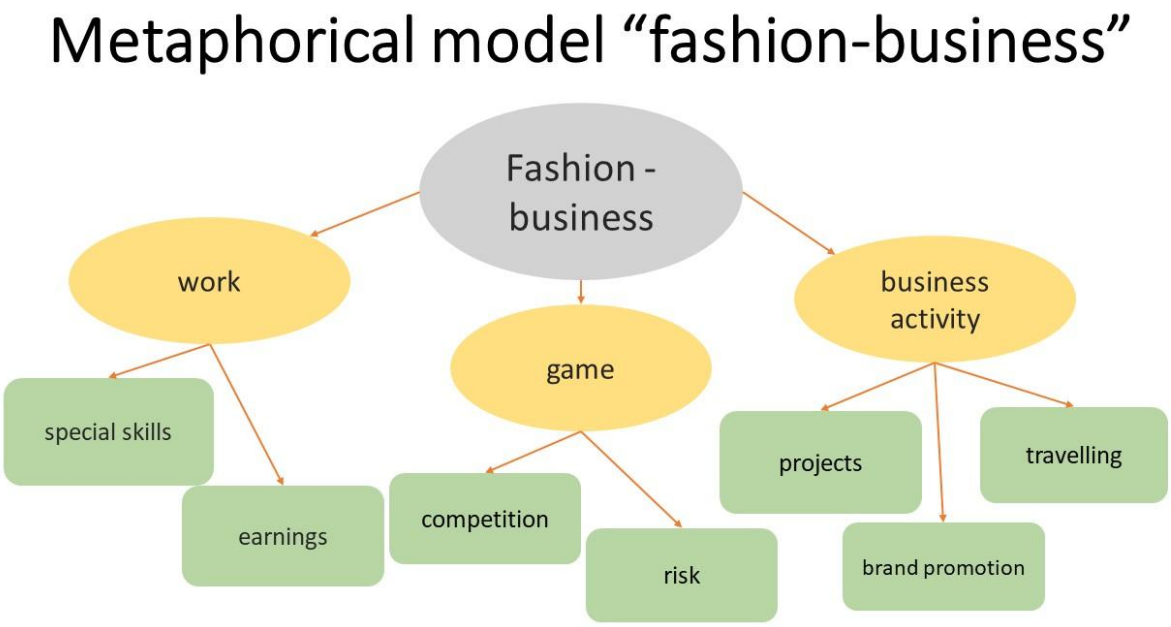


Рисунок 1 – Metaphorical model “fashion-business”

«Fashion, she declared, «allows millions of men and women to earn their living», for it gave work to «the wool, the cotton and the silk industries, also the industries of feathers and artificial flowers.»

«Мода, заявила она, позволяет миллионам мужчин и женщин зарабатывать себе на жизнь», поскольку она дает работу «шерстяной, хлопчатобумажной и шелковой промышленности, а также производству перьев и искусственных цветов».

В данной фразе видно, что главная героиня повествования относится к моде с практической точки зрения, рассматривает ее не как творчество и возможность самовыражения, а как способ заработка, связывающий в единый механизм несколько крупных производств. Она считала своей работой создание продукции, которая могла найти отклик у большого количества людей. Коко Шанель славилась своими простыми стильными фасонами и простой цветовой гаммой. Такие вещи могли подойти практически каждому, что, соответственно, могло принести больше прибыли модному дому.

Второй слот в рассматриваемом нами фрейме «Fashion – work» – это слот «Fashion – special skills» (мода – специальные профессиональные навыки).

Если рассматривать фрейм Fashion – work (мода – работа) и приравнивать занятость в модной индустрии к трудовой деятельности, то, безусловно, для ее осуществления требуются определенные навыки, которыми должен обладать каждый специалист этой отрасли.

«Mlle Chanel was the first to cater to the public in its broader sense and to produce a standard which appealed to every taste, the first to democratize the art of dress-making for purely economic reasons».

Мадемуазель Шанель была первой, кто пошел навстречу публике в широком смысле этого слова и создал стандарт на любой вкус, первой, кто демократизировал искусство пошива одежды по чисто экономическим соображениям.

Коко Шанель обладала определенными навыками предпринимательской деятельности. Она смогла быстро разработать план продаж своей продукции и повысить прибыль. Таким образом, чтобы добиться успеха в модной индустрии человеку необходимо обладать не только творческими задатками и новаторскими идеями, и разработками в этой области, но и умением продвигать свой бренд, выдерживать постоянно растущую конкуренцию и правильно распределять ресурсы и планировать продажи.

Следующий фрейм, который нам удалось выделить из метафорической модели «Fashion – business» – это «Fashion – business activity». Для того, чтобы успешно вести бизнес определенно требуются профессиональные навыки и предпринимательские способности. Коко Шанель знала, как вести бизнес и подбирать стратегии для продвижения своей продукции.

«Mlle Chanel was the first to cater to the public in its broader sense and to produce a standard which appealed to every taste, the first to democratize the art of dress-making for purely economic reasons». Шанель была первой, кому удалось удовлетворить вкусы широкой аудитории и создать стандарт, который мог подойти любому вкусу, первая кто демократизировала искусство создания одежды, а основном по экономическим причинам.

Этот отрывок из книги дает понять, что известный дизайнер на протяжении своей карьеры в модном бизнесе старается извлечь выгоду и постоянно поддерживать экономическое положение дома моды на достойном уровне.

Следующий слот – это «Fashion – projects».

«Chanel’s third and final Goldwyn project was to dress Gloria Swanson as a prima donna opera singer in Tonight or Never; and this time, the entire process was undertaken in Paris».

«Третий и последний проект Голдвин для Шанель заключался в том, чтобы нарядить Глорию Свэнсон как первую женщину-оперную певицу «сегодня ночью или никогда» и в этот раз весь процесс проходит в Париже».

Как сама Коко Шанель, так и другие представители модного дома участвовали во всевозможных проектах, чтобы повысить узнаваемость модного дома и привлечь новых клиентов. Подобные проекты приносили большую пользу как для бренда, так и для его представителей. Во время участия в проектах у кутюрье была возможность найти новых сотрудников, которые в последующем помогут продвижению Бренда. Также во время таких мероприятий дизайнеры получают новый опыт в работе с разными людьми, знакомятся со знаменитостями, которые в дальнейшем смогут распространять информацию в своем кругу и среди своих последователей.

Еще один слот, который можно выделить из фрейма «Fashion-business activity» – это «Fashion-travellings».

«And so, it was that on 25th February 1931, the woman now deemed a fashion dictator – regardless of her past successes in freeing other women from the tyranny of corsets and hobble skirts – set off for the New World aboard the steamship Europa».

«Итак, 25 февраля 1931 года женщина, ставшая диктатором моды, несмотря на свои прошлые успехи в освобождении других женщин от тирании корсетов и узких юбок, отправилась в Новый Свет на борту парохода «Европа»».

В сфере бизнеса постоянно приходится путешествовать для привлечения новых партнеров и получения нового опыта в своей сфере. Одним из таких путешествий для Коко Шанель стала поездка по Европе, где в каждой из посещенных стран проводился показ новой коллекции.

Рассмотрим слот «Fashion – brend promotion». Чтобы обеспечить успешное функционирование компании на международном рынке, нужно постоянно организовывать кампании по продвижению бренда.

«No obvious profit was made from the show – the gemstones were on loan from the Union of Diamond Merchants».

Никакой явной прибыли от выставки не было получено – драгоценные камни были предоставлены взаймы Союзом торговцев бриллиантами.

Из этой фразы можно понять, что иногда мероприятия, проводимые модным домом Шанель, не приносили необходимой прибыли, но все равно были направлены на повышение узнаваемости бренда, его ускоренное взаимодействие с публикой и потенциальными партнерами.

Рассмотрим еще один выявленный нами фрейм из метафорической модели «Fashion –business» – «Fashion – game, challenge». Вести свой бизнес Коко Шанель начинала одна и этот процесс всегда напоминал ей соревнование с элементами игры, где нужно обойти соперника, придумать что-то инновационное и яркое быстрее. Из этого фрейма можно выделить следующие слоты: «Fashion – risk» и «Fashion – competition».

Рассмотрим первый выделенный нами слот – «Fashion-risk». Для того, чтобы достичь успеха в определенном бизнесе всегда нужно пробовать что-то новое, и это всегда риск, ведь никогда не знаешь понравиться ли это публике или нет. На модную индустрию и бизнес в этой сфере влияет большое количество факторов, начиная с туризма и заканчивая политической сферой.

Так, например, после террористических актов в Париже туристическая отрасль Франции серьезно пострадала и въездной поток людей из других государств существенно сократился. Многие модные дома в то время испытывали сильнейший кризис. Также трудности возникали и при проведении модных показов, так как организаторам запрещалось разглашать места, где они будут проведены в целях избежания большого количества людей.

Так же изменилась сама система пропуска на мероприятия. Компании, базирующиеся во Франции, потеряли большое количество клиентов в то время, люди считали, что более безопасно приобретать предметы роскоши и одежду модных дизайнеров в других странах. Так же вывод продукции на международный рынок тоже всегда является большим риском для модного дома. Важно учитывать не только прибыль и убытки, но и культурные особенности страны, в которую завозится продукция.

Культура обычно рассматривается как инородный феномен, а культурная динамика – как недостаток, который отрицательно влияет на успешное выступление фирмы за рубежом. Компания, работающая на международном уровне, может столкнуться с трудностями, связанными с незнанием местной коммерческой практики и неопределенной конкурентной средой. Так, выяснилось, что существуют разные подходы к подаче визуальной информации в глянцевых журналах. Например, есть различия в рекламных кампаниях с изображением образов обнаженного женского тела.

Когда Коко Шанель открывала магазины в других европейских странах, она не знала какой реакции ожидать. Модные журналы не могли обойти такое событие стороной, и каждый старался написать статью, в которой выражалось мнение о бренде представителей страны, где открывался новый бутик.

«At that moment, she realized that she was risking everything she had, and even her reputation in Paris».

«В этот момент она поняла, что рискует всем, что у нее есть, и даже своей репутацией в Париже».

В этой фразе, взятой из книги, описываются мысли Коко Шанель во время изучения статей. Она понимала, что рискует тем, что у нее уже есть, выходя на международный рынок.

Рассмотрим следующий слот «fashion – competition». В то время, когда Коко Шанель только начинала свою деятельность в мире моды, конкуренции было достаточно много, и элементы соревнования присутствовали в работе кутюрье.

«Given the continuing success of the House of Chanel after the strike – despite mounting competition from Elsa Schiaparelli – it seems unlikely that Chanel would close her business out of revenge or spite, using the war to settle old scores with her employees».

«Учитывая продолжающийся успех Дома Шанель после забастовки – несмотря на растущую конкуренцию со стороны Эльзы Скиапарелли – кажется маловероятным, что Шанель закроет свой бизнес из мести или злобы, используя войну, чтобы свести старые счеты со своими сотрудниками».

Из данного отрывка можно понять, что Коко Шанель никогда не хотела воевать со своими конкурентами. Это больше напоминало дружеское соревнование. Так, мода для Коко Шанель была тесно связана с ведением бизнеса. Самым частотным слотом в метафорической модели «Fashion – business» является слот «Fashion – earnings». Из этого можно сделать вывод, что бизнес прежде всего является главным источником заработка для людей, которые его ведут. Собственный бизнес способен заменить работу в компании.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что метафорическая модель «Fashion – business» и вытекающий из нее фрейм «work» позволяют раскрыть смысл анализируемого нами произведения, помогая лучше понять взгляды главной героини книги Коко Шанель на жизнь, ее отношение к модной индустрии. Работа в сфере молы полностью изменила жизнь кутюрье, благодаря своему бизнесу она смогла познакомиться со многими известными людьми того времени, приобрела полезный опыт и даже смогла продемонстрировать себя как интересную личность. Метафорические модели играют большую роль в художественном тексте, помогая раскрыть образ известной личности в произведении биографического жанра, а значит, их исследование актуально и интересно.

Список использованных источников

1. Кубрякова, Е. С. Начальные этапы становления когнитивизма: лингвистика – психология - когнитивная наука / Е.С. Кубрякова // Вопросы языкознания. – Москва, 1994. – № 4. – С. 34-47.
2. Лакофф, Д. Метафоры, которыми мы живем / Д. Лакофф, М. Джонсон /Язык и моделирование социального взаимодействия. – Москва, 1987. – 450 с.
3. Маслова, В. А. Когнитивная лингвистика: / В. А. Маслова. – Минск, 2004. – 256 с.
4. Телия, В. Н. Метафора в языке и тексте: / В. Н. Телия – Москва,1988. – 147 с.
5. Чудинов, А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: /А. П. Чудинов – Екатеринбург: Монография, 2003. – 248 с.

УДК 811

КОМПОНЕНТЫ ВЕРБАЛЬНОГО ИМИДЖА ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ БРЕНДОВ

Муратова Н. А.
Магистрант, Оренбургский государственный университет, Оренбург, e-mail: muratovaninel@gmail.com

Научный руководитель: Хрущева Оксана Александровна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры английской филологии и методики преподавания английского языка, Оренбургский государственный университет, Оренбург

Аннотация. В данной статье представлены основные положения исследования понятия «бренд» и его роли для современного общества. Формирование бренда представляет собой сложный процесс, в котором успешные мировые компании учитывают все возможные способы эффективно интегрировать не только свои продукт, а также создавать положительный имидж на благо будущего компании на мировом рынке. Перечислены основные компоненты, которые являются основополагающими в создании имиджа компании. В частности, ключевые понятия mission and vision, лежащие в основе формирования имиджа компаний, активно продвигающих себя в современной бизнес сфере. Приведены примеры всемирно известных компаний, выстроивших свой успех благодаря компонентам формирования вербального имиджа.

Ключевые слова: вербальный имидж, компоненты, бренд, миссия, видение, принципы.

COMPONENTS OF THE VERBAL IMAGE OF THE WORLD'S LEADING BRANDS

Muratova Ninel Armanovna, Master's Degree, Orenburg State University, Orenburg, *e-mail: muratovaninel@gmail.com*

Research advisor: Oksana Alexsandrovna Khrushcheva, Candidate of Philological Sciences, Docent, Associate Professor of the Department of English Philology and Methods of Teaching English, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. This article presents the main provisions of the study of the concept of "brand" and its role for modern society. Brand formation is a complex process in which successful global companies take into account all possible ways to effectively integrate not only their products, but also to create a positive image for the benefit of the company's future on the world market. The main components that are fundamental in creating the company's image are listed. In particular, the key concepts of mission and vision, underlying the formation of the image of companies actively promoting themselves in the modern business sphere. Examples of some world-famous companies that have built their success thanks to the components of the formation of a verbal image are given.

Keywords: verbal image, components, brand, mission, vision, principles.

В настоящее время торговые марки активно начинают трансформироваться в узнаваемые бренды. Это связано с тем, что большие корпорации и малые компании стремятся к достижению долгосрочных и эффективных отношений с потребителями. Но, стоит отметить, что в 21 веке недостаточно лишь производить качественный продукт, к этому добавляются также дополнительные преимущества к продаваемой услуге или товару. Под дополнительными преимуществами стоит понимать не только престижность,

но и некие «неосязаемые свойства» товара, позволяющие индивидууму не только потреблять, но и осуществлять межличностную коммуникацию через потребление [1, 2014: 72].

На сегодняшний день бренд представляет собой не только торговую марку, это также и образ, создаваемый для внедрения в сознание человека. Стоит отметить, что процесс внедрения не всегда происходит целенаправленно, иногда это происходит стихийно. Это связано с тем, что потребители на основании своего личного опыта взаимодействия с товаром, услугой, человеком, городом или страной выделяют именно те элементы для построения идеи, которые считают нужными. Таким образом, получается, что бренд – это результат взаимодействия идеи компании, внедренной в производство товара, и идеи восприятия этого бренда потребителями [1, 2014: 75].

Бренды влияют на наши личностные убеждения, восприятие и видение мира. Крупные и сильные бренды движутся к объединению людей вокруг общей цели. Роль брендов в этом десятилетии будет заключаться не в стремлении «изменить мир», а в предоставлении своим потребителям средств, и возможностей к сотрудничеству. Чтобы влиять на поведение, выходящее за рамки простого потребления, бренды должны быть релевантными по трем параметрам – мобильность, доверие и близость. Они должны:

– быть мобильными – участвовать в обсуждениях, которые важны для их аудитории;

– обеспечить близость – играть значимую роль в жизни клиентов, занимая четкую позицию в отношении ключевых для них принципов и приоритетов;

– вызывать доверие – внушать уверенность в том, что бренд непросто выполнит обещание, но и будет действовать с учетом интересов своих клиентов [4].

Бренды, способные привлечь свою аудиторию, – это те, которые демонстрируют исключительное лидерство. Под демонстрацией лидерства стоит понимать следующие компоненты: четкое направление, полная согласованность, сочувствие и понимание клиентов, а также гибкость. Современные показатели, представленные Interbrand Best Global Brands в 2021 году, показывают, что самые влиятельные мировые бренды следуют данным убеждениям: лидерство создает вовлеченность, вовлеченность создает актуальность. Итак, поскольку бренды стремятся расширить наши нынешние и будущие возможности, существует пять приоритетов для лидеров брендов:

1. Рассматривать прибыль как ресурс. В условиях нестабильности доходов и растущей коллективной озабоченности происходит переоценка приоритетов и потребностей. В обществах с высоким уровнем потребления будет принята бережливость. Итак, нужно четко определить, какова может быть роль вашего бизнеса в мире, а затем определить, можно ли его прибыль и рост рассматривать как ценный ресурс, позволяющий клиентам добиться реальных изменений.

2. Определить свою нишу. Ни один самостоятельный бизнес не может эффективно справляться более чем с одной системной проблемой. Так что будьте проницательны, сосредоточены и искренни, когда определяете, какой может быть ваша роль в мире и ваш вклад в него. Будьте четки и ясны в том, что является вашим общественным врагом, и что вы можете реально с этим сделать.

3. Необходимо сосредоточиться на аренах, а не на секторах. Труднее создавать сильные сообщества вокруг продуктов и услуг, проще сделать это вокруг фундаментальных потребностей, таких как движение, игра, общение и самовыражение. Категории и технологии приходят и уходят; потребности остаются и развиваются. Определите области, в которых вы на самом деле готовы составить конкуренцию.

4. Необходимо обладать высоким уровнем ответственности. Четко сформировать свои амбиции. Намерение чего-то достичь через несколько лет. Какова наилучшая версия вашей организации на данный момент и как вы на самом деле собираетесь ее оценивать.

5. Проблемы этого десятилетия требуют меньше видений и коммуникаций, а больше действий и результатов. Ваш бренд будет гораздо больше, чем просто коммуникация с клиентами – на самом деле это способ существования вашего бизнеса как жизненного опыта для всех ваших клиентов [4].

На фоне глубоких глобальных экономических, социальных и технологических изменений 2021 года Brand's report зафиксировал самый большой рост бренда за всю историю. Совокупная стоимость 100 крупнейших брендов увеличилась с 2 326 491 млн долларов в 2020 году до 2 667 524 млн долларов в 2021 году, что в целом составляет 15%. Самым быстрорастущим, наиболее ценными высокоэффективным сектором остаются технологии. Цифровые тенденции не показывают никаких признаков ослабления, а различные профессиональные и личные нужды, заставляют людей иметь потребность в современных технологиях, искусственном интеллекте. В данном секторе ведущими брендами являются: Apple, Amazon и Microsoft, которые составляют 62,3% от общей стоимости десяти ведущих брендов [4].

Лучшие бренды 2021 года могут похвастаться высокими показателями по трем компонентам силы бренда: мобильность, гибкость и направленность. Такие гиганты как Apple, Microsoft и Amazon продолжают лидировать, составляя первую десятку наряду с быстро растущими Salesforce и Adobe. Компания Tesla практически втрое подняла свой бренд в цене. Стремительный взлет Tesla был достигнут благодаря активному поведению в социальных сетях, что повысило ценность бренда и укрепило его позиции ведущего мирового производителя электромобилей [4].

Методология оценки бренда направлена на предоставление богатого и глубокого анализа бренда, демонстрируя четкую картину того, как бренд способствует росту бизнеса сегодня, вместе с описанием действий, гарантирующих, что он обеспечит еще больший рост завтра. Впервые проведя оценку бренда в1988 году, Interbrand Best Global Brands проанализировали влияние сильного бренда на ключевые группы заинтересованных сторон, которые влияют на рост бизнеса, а именно (текущих и потенциальных) клиентов, сотрудников и инвесторов. Сильные бренды влияют на выбор клиентов и создают лояльность; привлекают, удерживают и мотивируют таланты; а также снижают стоимость финансирования. Методология оценки бренда Interbrand Best Global Brands была специально разработана для учета всех этих факторов [4].

Компонентами вербального имиджа бренда принято считать следующие:

– направление; у бренда есть четкая цель и амбиции, план достижения с течением времени, а также определенная культура и ценности, постулирующие, как эти планы должны выполняться;

– гармония; вся организация движется в одном направлении, привержена стратегии бренда и наделена системами и полномочиями для ее реализации во всем бизнесе;

– сопричастность; организация находится в гармонии с клиентами и более широкими заинтересованными сторонами, активно прислушивается и предвидит их меняющиеся потребности, убеждения и желания;

– оперативность; скорость выхода на рынок, которую компания демонстрирует перед лицом возможностей или проблем, позволяя ей продвигаться вперед и опережать ожидания;

– отличительность; наличие уникальных фирменных активов и опыта, которыми можно владеть; они распознаются и запоминаются клиентами; их трудно воспроизвести;

– мобильность; обладание умением привлекать клиентов и партнеров, создавать ощущение диалога и поощрять сотрудничество;

– доверие; умение справляться с ожиданиями, которые клиенты возлагают на бренд; они воспринимаются как действия добросовестные и учитывающие интересы клиентов;

– близость; положительная связь с брендом, основанная на предоставляемой эмоциональной выгоде, также ощущение наличия общих ценностей [3, 2020: 482].

По определению, «имидж компании – это эмоционально окрашенный, специально созданный образ ее визуального, поведенческого и коммуникативного пространства, разрабатываемый на основе миссии, ценностей, лозунгов и девизов, символов и артефактов, ритуалов и церемоний, истории, мифов и легенд компании, языка и стиля внутреннего общения, общения с клиентами и партнерами». Деятельность большинства крупных компаний начинается с определения содержания понятий «миссия» и «видение». Слово «mission» происходит от латинских слов «mission» – «посылка, отправление». «mittere» – «бросать, выпускать, посылать». Согласно С.С. Нажемудиновой: «Миссия – это письменный и формализованный документ, отражающий долгосрочные цели организации и подчеркивающий ее уникальность (товар, рынки, услуги, клиенты, философия и т.д.) [2, 2020: 987].

Содержание миссии основывается на том, что в данный момент времени составляет суть деятельности организации. Миссия движет компанией, а также формирует ее культуру и имидж. Таким образом, миссия каждой компании отвечает на следующие вопросы: Что мы делаем? Для кого мы это делаем? Как мы это делаем? Связующим звеном между миссией и видением выступают тексты, представляющие нормативную базу, в которых дается «полное, развернутое, подробное изложение морально-этических и деловых норм, принципов, кредо, которыми руководствуются сотрудники фирмы или участники проекта» [3, 2016: 480].

Американская компания Tesla, специализирующаяся на производстве электромобилей, сохранении электрической энергии, а также на освоении космоса, выработала следующую миссию: *To accelerate the world's transition to sustainable energy.* Компания Amazon, являющаяся крупнейшей в мире платформой электронной торговли, сформулировала свою миссию таким образом: *We strive to offer our customers the lowest possible prices, the best available selection, and the utmost convenience.* Миссия социальной сети для поиска и установления деловых контактов LinkedIn гласит: *To connect the world's professionals to make them more productive and successful.*

Видение определяет направление деятельности компании, это будущее организации, которое затем обеспечивает ее цель. Четкое видение помогает сотрудникам сосредоточиться на том, что наиболее важно для их компании. Видение определяет направление деятельности компании. Это будущее организации, которое обеспечивает достижение целей. Таким образом, видение каждой компании отвечает на следующие вопросы: Каковы наши надежды и мечты? Что необходимо сделать для общего блага? Как мы меняем мир? [3, 2020: 480].

Рассмотрим различные формулировки видения на примерах уже упомянутых компаний.

«To create the most compelling car company of the 21st century by driving the world's transition to electric vehicles» (Tesla). *«To be Earth's most customer-centric company, where customers can find and discover anything they might want to buy online»* (Amazon).

Таким образом, мы представили основные компоненты вербального имиджа мировых брендов. В тройку главных компонентов по итогу исследования вошли: мобильность, гибкость и направленность. Придерживаясь данных принципов в создании бренда, компания может достичь мирового уровня и закрепить свой имидж в восприятии потребителей. Миссия и видение имеют неразрывную связь и отражаются в работе каждой компании, но все же несут разные предназначения. Миссия отвечает в первую очередь за сегодняшний день, за действия в настоящем, а видение основное внимание уделяет завтрашнему дню, и ближайшему и долгосрочному будущему, и тому, чего хочет достичь та или иная организация. Стоит отметить, что ввод миссии и видения в систему имиджа компании является одним из результатов комбинирования представленных нами компонентов.

Список использованных источников

1. Малышкина Е.А. История бренда или история о бренде / Е.А. Малышкина // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – №3. – С. 72-75.
2. Ромашова И.П. Дискурсивные практики конструирования имиджевых текстов / И.П. Ромашева. – Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2020. – С. 980-985.
3. Селезнева Л.В. Способы актуализации оценки в PR текстах / Л.В. Селезнева // Динамика языковых и культурных процессов в современной России. – 2016. – №5. – С. 478-482.
4. Interbrand Best Global Brands [Электронный ресурс] // The Decade of Possibility. URL:https://www.rankingthebrands.com (дата обращения 24.04.2022).

УДК 811.133.1

ОСОБЕННОСТИ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА НА ПРИМЕРЕ СЕРИАЛА «ОЧЕНЬ СТРАННЫЕ ДЕЛА»

Свиридова А. Е.
Студент, Оренбургский государственный университет, Оренбург, sviridova2081@gmail.com

Научный руководитель: Научный руководитель: Белова Наталья Александровна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики перевода Оренбургского государственного университета

Аннотация. Данная статья посвящена проблеме подросткового сленга. Рассматривается понятие сленга, его роль в современном языке. Выявлены основные виды сленга, определены основные факторы, влияющие на его развитие. Проанализированы примеры перевода сленга с русского языка на английский на примере реплик и диалогов из подросткового сериала “Stranger Things”. Определены способы перевода сленга на русский язык. Определена специфика молодежного сленга в Америке в 1970-80-х годах.

Ключевые слова: сленг, молодежный сленг, развитие языка, Netflix, Stranger Things.

FEATURES OF TEENAGE SLANG ON THE EXAMPLE OF THE TV SERIES "STRANGER THINGS"

Sviridova Angelina Evgenievna, student, Orenburg State University, Orenburg, sviridova2081@gmail.com

Research advisor: Natalya Aleksandrovna Belova, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Translation and Translation Studies, Orenburg State University, Orenburg

Abstract. This article is devoted to the problem of teenage slang. The concept of slang, its role in the modern language is considered. The main types of slang are identified, the main factors influencing its development are determined. The reasons for the use of youth slang are analyzed. Examples of slang translation from Russian into English are analyzed on the example of replicas and dialogues from the teen TV series “Stranger Things”. The ways of translating slang into Russian are determined. The specifics of youth slang in America in the 1970s-80s are determined.

Keywords: slang, teenage slang, language development, Netflix, Stranger Things.

Язык – знаковая система, вызывающая у людей множество споров. Кто-то ведет споры о грамматическом аспекте языка, кто-то оспаривает новую лексику. Но один факт оспорить точно нельзя – язык изменяется, причем изменяется он настолько быстро, что с каждым днем в нем появляются новые слова.

Язык каждого человека индивидуален, особенности языка зависят от пола, социального статуса, возраста, происхождения человека. Особенности языка можно обнаружить в результате различных языковых ситуаций в неформальном речевом контексте.

Сленг относится к одной из особенностей, которую можно встретить среди разных групп людей. Существуют разные виды сленга: жаргонный, молодежный, территориальный, профессиональный и другие. Дж. Б. Гриноу и Дж. Л. Киттридж

высказались о сленге следующим образом: «сленг – язык-бродяга, который слоняется в окрестностях литературной речи и постоянно старается пробить себе дорогу в самое изысканное общество» [1, 1901]. По словам О.Д. Миралаевой, сленг определенной группы «влияет на некоторое количество его носителей, у которых уже сложилась определенная норма поведения, своя мода, манера поведения, одежда и т.п.» [2, 1994]. Оксфордский Лингвистический словарь дает следующее определению понятию «slang»: «very informal words and expressions that are more common in spoken language, especially used by a particular group of people, for example, children, criminals, soldiers, etc.» [3] (сленг может использоваться в определенной группе людей, объединенных одной профессией или определенной возрастной группой (чаще всего молодым поколением и студентами)).

Часто сленг воспринимают как что-то нецензурное, не используемое в речи культурного человека, но можно заметить его использование на радио, телевидении, в газетах, интернете и даже в литературе.

Данная работа посвящена изучению лексических особенностей молодежного сленга. Молодое поколение зачастую подвержено влиянию определенных субкультур, в которых уже сформировался их собственный язык. Молодежный сленг появился по причине того, что молодежь ярко выражает свое стремление изолировать свое общение со сверстниками от родителей, учителей и в целом от взрослого мира. Именно молодежный сленг развивается быстрее других видов, новая лексика в нем появляется практический каждый день.

Проблема перевода молодежного сленга состоит в том, что в каждом языке сленг разный, обусловленный реалиями того или иного языка. Помимо этого, сленг многогранен и подвижен. Сленг все еще является малоизученным аспектом в теории перевода. Перевод сленгизмов является трудной задачей из-за того, что не всегда удается подобрать подходящий аналог, а в словарях нет установленного определения «сленг». Переводчик может обратиться к нескольким приемам перевода – это прямой перевод (буквальный), непрямой перевод (косвенный) и транслитерация. Основная функция применения приемов перевода состоит в том, чтобы передать лексическое значение слова или фразы наиболее точно и адекватно. Главное, о чем стоит помнить переводчику при переводе сленга – это сохранение контекста.

В данной работе мы рассмотрим проблему перевода подросткового сленга на примере сериала «Stranger Things». «Stranger Things» – сериал производства стриминговой платформы Netflix. Сюжет сериала состоит в том, что группа детей, живущая в американском городке Хоукинс, сталкивается с потусторонней силой. Вместе они пытаются спасти город от уничтожения, взрослея, и с каждым разом сталкиваясь с все более сильными монстрами. Действие сериала происходит в 1980-х годах, поэтому в нем присутствует много устаревшего сленга. В этом и состоит трудность перевода данного сериала. В качестве перевода для данной статьи мы возьмем официальные субтитры, предоставленные Netflix.

Сложности перевода предстают уже на уровне перевода имен персонажей, например, одну из главных персонажей, девочку, зовут Eleven, и часто в сериале можно услышать, как друзья сокращенно зовут ее «El». Как же переводчики справились с этой задачей? Они назвали героиню «Одиннадцать» и сократили это имя до «Оди».

Рассмотрим сцену из первого сезона, диалог меду двумя главными персонажами:

*– I was tripped by this **mouth-breather**, Troy, okay?*

*– **Mouth-breather**?*

*– Yeah. You know, a **knucklehead**.*

*– **Knucklehead**?*

*– I don't know why I didn't tell you. I just didn't want you to think I was such a **wastoid**, you know?*

*– Этот **тупица** Трой мне подножку подставил, понятно?*

*– **Тупица**?*

– Да. Знаешь, ***болван****.*

– ***Болван****?*

– Не понимаю, почему я не сказал тебе. Я просто не хотел, чтобы ты думала, что я ***неудачник****, понимаешь?*[4]

В данном отрывке можно встретить три сленговых выражения: mouth-breather, knucklehead и wastoid. Первые два означают глупого человека. «Mouth-breather» дословно переводится как «дышащий ртом», в русском данное словосочетание не несет должного смысла. Urban dictionary дает такое определение слову «knucklehead» – «a person of questionable intelligence. The size of the brain being given relative size of a human knuckle» [5] (человек с сомнительными умственными способностями, размер его мозга сравнивается с размером сустава пальца человека). Выражение «wastoid» в данном контексте обозначает слово «неудачник», но в общепринятом понятии – это человек с сильной алкогольной зависимостью. Но в современном мире ни одно из этих сленговых выражений не является общеупотребимым и актуальным.

Рассмотрим сцену из третьего сезона, письмо одного из главных героев:

«*I miss playing board games every night, making* ***triple-decker*** *extravaganzas* ***Eggo*** *at sunrise, watching western movies together before we* ***doze off****.»*

«Я скучаю по настольным играм по ночам, по ***трехэтажным*** *вафлям* ***Eggo*** *на рассвете, по тому, как мы вместе смотрели вестерны,* ***пока не заснем****».*

В данном отрывке помимо двух сленговых выражений присутствует так же слово-реалия. В сериалах можно встретить много отсылок к американской поп-культуре, в частности, в данном сериале присутствует много отсылок, они добавлены для того, чтобы вызвать у зрителя эффект ностальгии. Вафли Eggo – это бренд американских замороженных вафель, которым нет аналога в России. В сериале данные вафли упоминаются не раз, поэтому зрителю понятно, о чем идет речь. «Triple-decke» при дословном переводе обозначает «трехпалубный», но в данном контексте «трёхэтажный». «To doze off» обозначает заснуть, вздремнуть, синоним «to nap» или «to fall asleep».

Очередной пример отсылки к американской культуре – игра Dungeons and Dragons («Подземелья и драконы»). Это настольная ролевая игра в жанре фэнтези, появившаяся в 1970-х годах. Сериал связан с данной игрой, оттуда берут начало некоторые сюжетные линии, названия монстров взяты из этой игры. Рассмотрим сцену, когда главные герои играли в Dungeons and Dragons.

– It was seven.

– Huh?

– The roll. It was a seven. The ***Demogorgon****, it got me.*

– Там было семь.

– А?

– Кубик. Выпала семерка. ***Демогоргон*** *уделал меня* [4].

Демогоргон – один из злодеев в игре «Подземелья и драконы», впоследствии этим именем назвали главных монстров сериала.

В данной сцене герои обсуждают личную жизнь сестры одного их главных героев:

– There something wrong with your sister. She`s got a ***stick up in her butt.***

–It`s because she`s being dating that ***douchebag****, Steve Harrington.*

– Yeah, she`s turning into a real ***jerk****.*

– She`s always been a real ***jerk****.*

– Nuh, she used to be cool.

– С твоей сестрой что-то не так. Она ***зануда****.*

– Это потому что она встречается с тем ***подонком****, Стивом Харингтоном.*

– Ага, она стала настоящей ***дурой****.*

– Она всегда была ***дурой****.*

– Нет, раньше она была крутой [4].

При переводе выражения «she`s got a stick up in her butt» возникает много вопросов, если попытаться перевести его дословно. Но не стоит забывать, что главные герои в этом сериале – дети, поэтому в данном контексте сленговое выражение переводится как «зануда». Urban Dictionary дает следующее определение «haveing an attitude or being persistent on a conflicting issue» означающее, что это «кто-то ограниченный, бескомпромиссный, без чувства юмора и в целом неприятный». В русском языке можно найти аналог данного выражения и заменить его сленговым словом «душнила». Слово «douchebag» обозначает неприятного человека, который слишком самоуверенный в себе, но при этом ничего из себя не представляет. Слово «jerk» по сути, обозначает то же самое, что и «douchebag», но второе слово имеет более оскорбительный смысл. Все три выражения до сих пор актуальны.

Рассмотрим сцену разговора между двумя второстепенными персонажами:

– I mean, she`s cute and all, but… I mean, she`s a total ***dud.***

– She is not.

– Yes, she is. She wants to be, like, a singer. She wants to move to ***Nashville.***

– Она конечно милая и все такое, но… Она же полная ***неудачница.***

– Вовсе нет.

– Да, еще какая. Она, типа, хочет стать певицей. Она хочет переехать в ***Нэшвилл*** [4].

В этом отрывке один из персонажей использует слово «dud», обозначающее «неудачник», аналог русского слова «лузер», которое тоже является транслитерацией англоязычного сленга. Упоминание города Нэшвилл – очередная отсылка к американской поп-культуре. Нэшвилл называют городом музыки, в свое время там зародился жанр кантри музыки. Нэшвилл считают лучшим городом для жизни музыкантов.

Сериалы – отличный способ учить английский. При просмотре сериалов можно окунуться в языковую среду, встретиться с отсылками, сленгом, услышать различные акценты. Так же зачастую в сериалах можно услышать живые диалоги, с полезными выражениями и конструкциями, характерными для носителей.

Анализ приведенных выше сленговых выражений показал, что при переводе чаще всего используются такие приемы перевода, как подбор аналога, целостное преобразование и модуляция. Так же можно применять такие трансформации, как калькирование, транслитерация или описательный перевод, в случае, когда остальные приемы перевода применить нельзя. На сегодняшний день не существует универсальной модели для перевода сленга.

Появление нового сленга обуславливается развитием общества, техническим прогрессом, событиями в мире и многими другими факторами. Характерной особенностью молодежного сленга является использование постоянно трансформирующихся языковых средств высокой выразительной силы. Современные лингвистические исследования выдвигают на первый план концепцию молодежного сленга, поскольку его основной целью является анализ и изучение языка и речи с целью изучения языковой личности и языковой идентичности. Изучение молодежного сленга в фильмах дает возможность окунуться в языковую среду, наполненную диалогами, эмоциями, всевозможными сленговыми словами и выражениями. Знание такого типа выражений позволяет значительно расширить словарный запас, научиться воспринимать «правильную» и «неправильную» информацию. Сленг имеет тенденцию очень быстро обрастать новой лексикой, но так же быстро, как в нем появляются новые слова, так же быстро они и устаревают. Слова, которые были актуальны год назад, в данный момент могут быть уже неактуальными. Наиболее значительными факторами влияния на сленг являются: межкультурность, компьютеризация, социальные группы, а также подражание английской и американской молодежи. Не зная сленг языка, человек не может уверять, что полностью знает данный язык. Это обуславливается тем, что носители языка активно используют сленг в повседневной речи.

Список использованных источников

1. Гриноу Дж.Б, Киттридж Дж.Л. Слова и их путь в английскую речь. – США, 1901. – 258 с.
2. Миралаева, О. Д. Современный русский молодёжный жаргон (социолингвистическое исследование) : автореф. дис. канд. филол. Наук 10.02.19 / Рос. АН Ин-т языкознания. – Москва, 1994. – 19 с.
3. Oxford Learner's Dictionaries. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com (дата обращения: 20.10.2022)
4. Stranger things. [Электронный ресурс]. Режим лоступа: https://stranger-things.ru/ (дата обращения: 20.10.2022)
5. Urban Dictionary. [Электронный ресурс]. Режим лоступа: https://www.urbandictionary.com/ (дата образщения: 19.10.2022)