

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ПЕРЕВОДНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Замалюдинова М.З., Шушарина Г.А.

Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия

В настоящей статье выполнен сравнительно-сопоставительный анализ отрывков текста из книги

1) Some 470 banks closed between 1934-40, or not quite 70 a year, which still reflected residual weakness from the depression crisis (of these [3] 470 bank failures, 112 were uninsured.)	Около [1] 470 банков закрылись в период [2] с 1934 по 1940, менее 70 в год, что отражало остаточную слабость депрессии [4] (из 470 обанкротившихся банков [5], 112 были не застрахованы).
2) In subsequent years, between 1941-80, only 242 banks failed (only 24 not insured), or an average of merely six a year.	В последующие годы – с 1941 по 1980 обанкротилось только 242 банка (из них [6] всего 24 были не застрахованы), что составило [7] в среднем 6 в год.
3) In other words, comparing the 1920's to the years 1941-80, the incidence of bank failures was cut roughly one hundred-fold.	Другими словами, сравнивая 1920 годы и период [8] 1941-80, можно заметить, [9] что процент банкротств сократился примерно в сто раз [10].

Из десяти трансформаций семь (2,4,5,6,7,9,10) являются лексическими – прием добавления, 1 (3) – опущение, и 2 трансформации (1,8) – подбор синонима.

Список литературы

1. Кортун Е.А. Синонимия терминов (на материале терминологии нефтедобывающей и нефтеперерабатывающей промышленности) // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. Науки о человеке, обществе и культуре. – 2012. - №2 (9). – С.35-39

ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ТРЕЙЛЕРОВ

Киселев И., Шушарина Г.А.

Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия

Трейлер – английское слово, имеет несколько значений, но в кино это отрывок из фильма, передачи, использующийся как анонс. Отрывки из фильма, как правило, взяты из наиболее интересных, смешных, или иных примечательных моментов фильма, но в сокращенном виде. Среди основных функций трейлера в первую очередь выделяют: во-первых, воздействующую функцию, во-вторых, информирующую функцию. Воздействующая функция трейлера предполагает широкое использование выразительных средств. Проведенный нами анализ англоязычных трейлеров показал, что наиболее часто употребляемыми стилистическими средствами выразительности в жанре «трейлер» являются: эпитет, гипербола, повтор, умолчание и риторический вопрос. В трейлерах мы выделили следующие эпитеты: “*fearsome giant race*”, “*giant adventure*” (Jack the Giant Slayer); “*This is awesome... you're diabolical*” (Identify Thief); “*The loss of life is unthinkable*” (Fast and Furious 6). Среди лексических выразительных средств в трейлерах активно используется гипербола. Гипербола ставит своей целью усиление выразительности и рассчитана на привлечение внимания зрителей к уникальности демонстрируемой киноленты: “*I never suppose, I simply prepare for everything*” (Jack the Giant Slayer); “*I was never more at home than I was in battle*” (Solomon Kane); “*It's impossible...*”, “*I've never seen this before*”, “*I can reach out and break you whenever I want*” (Fast and Furious 6). Способов анализа эмоционально-оценочной информации можно предложить достаточно много, например, исследование эмоционально-оценочной составляющей во фразеологизмах [1].

Список литературы

1. Малышева Н.В. Психолингвистическое исследование эмоционально-оценочной составляющей во фразеологизмах с соматическим компонентом в русском, английском и японском языках // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета, № III – 2(15) «Науки о человеке, обществе и культуре», 2013. С. 40-46.

“Banking and institutional law in a nut shell”. Конкретная стратегия переводчика и технические приемы во многом зависят от соотношения исходного языка (ИЯ) и языка перевода (ПЯ) и характера решаемой переводческой задачи.

ТОПОНИМЫ БРИТАНСКИХ ОСТРОВОВ

Кунгурова О.В., Малышева Н.В.

Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия

Географические имена собственные являются отражением истории и культуры этноса, равно как и истории освоения того или иного края в условиях межэтнических языковых контактов. В соответствии с происхождением топонимов можно выделить пять групп. **Первая группа** представляет топонимы кельтского происхождения. Эта группа, в свою очередь, делится на несколько подгрупп, потому что кельтский язык представлял собой множество диалектов: 1) топонимы *бриттонского* происхождения, например, *Глазго (Glasgow)* – «зеленая ложбина», *Лидс (Leeds)* – «речной район»; 2) топонимы *валлийского* происхождения, например, *Кардифф (Cardiff)* – «форт на реке Таф»; 3) топонимы *пиктского* происхождения, например, *Питкасл (Pitcastle)* – «доля, принадлежащая замку»; 4) топонимы *гаэльского* происхождения, которые состоят из ирландских и шотландских наименований, например, г. *Дуглас (Douglas)* – «черный ручей». **Вторая группа** классификации состоит из названий с *латинскими* словами и элементами: *chester/ caster*, означающий «лагерь, форт», г. *Донкастер (Doncaster)* – «римский форт на реке». **Третья группа** классификации – *англосаксонская*: г. *Ливерпуль (Liverpool)* – «прудик с мутной водой», г. *Оксфорд (Oxford)* – «брод для скота». **Четвёртая группа** включает в себя топонимы *скандинавского* происхождения: г. *Дарби (Darby)* – «деревня животных». Последняя **пятая группа** состоит в основном из названий смешанного происхождения, например, элементов *норманно-французского* происхождения г. *Риджмонт (Ridgmont)* – «гребень горы».

Список литературы

Шушарина, Г.А. Способы формирования региональной идентичности в дискурсе местных СМИ // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. Науки о человеке, обществе и культуре. – 2013. - №2 (14). – С.51-55

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЙ СТАТЬИ

Михолап Я., Кортун Е.А.

Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия

Публицистический стиль – функциональная разновидность речи, обслуживающая широкую сферу общественных отношений: общественно-политических, культурных, спортивных и др. Наиболее полно публицистический стиль проявляется в газетах и общественно-политических журналах, отчего его на-

зывают также газетно-публицистическим. Основные средства публицистического стиля рассчитаны не только на сообщение, информацию, но и на эмоциональное воздействие на аудиторию. Характерными особенностями публицистических произведений являются актуальность проблематики, политическая страстность и образность, острота и яркость изложения.

Две главные особенности стиля это экспрессивность, выражаемая, самыми языковыми средствами, например фразеологизмами, которые обладают ограниченной лексической и синтаксической продуктивностью, но при этом активно трансформируются в речи [68] и информативность достигаемая документальностью, обобщенностью и «нейтральностью» изложения. Основная цель этого стиля сформировать общественное мнение, активно воздействовать на общественное мнение.

Начиная перевод любой публицистической статьи, стоит помнить, что у любой газеты есть общий стиль, идеология и позиция автора может представлять позицию какого-то объединения или политической партии. Немаловажной особенностью является необходимость передать, часто завуалированный подтекст статьи по средствам эквивалентных метафор и фразеологизмов, т.к. пословный перевод, скорее всего, исказит написанное. Адекватный перевод зарубежной прессы поможет наиболее детально увидеть изменения в общественной жизни англоговорящих стран.

Иностранная пресса пестрит сокращениями и аббревиатурами, которые необходимо перевести корректно: AFLCIO = American Federation of Labor-Congress of Industrial Organizations, GOP = Grand Old (Republican) Party; JFK = John F. Kennedy, Rocky = Rockefeller, Ike = Eisenhower. Следует обращать внимание на многозначность некоторых слов, например «state» - может употребляться как государство и как штат, в зависимости от контекста, а некоторые используются в сокращенной форме, «The House» будет переведено, как палата представителей (The House of Representatives). Особый интерес представляют заголовки, которые, чаще всего советуют переводить после осмысления всей статьи, т.к. они заключают в себе общую направленность статьи.

Список литературы

1. Малышева, Н.В. Экспериментальные исследования фразеологических единиц / Н.В. Малышева // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. Науки о человеке, обществе и культуре. – 2012. - №4 (12). – С.68-72
2. Функциональные стили речи / Википедия. Свободная энциклопедия <http://ru.wikipedia.org/wiki>

ОСНОВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА

Мокрополова А.Н., Шушарина Г.А.

Комсомольский-на-Амуре Государственный Технический Университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия

Конкретная стратегия переводчика и технические приемы во многом зависят от соотношения исходного языка (ИЯ) и языка перевода (ПЯ) и характера решаемой переводческой задачи. Предполагается, что в процессе перевода понимание оригинала всегда предшествует его переводу не только в качестве двух последовательных этапов, но и как обязательное условие осуществления переводческого процесса. Существует ряд принципов, которым должен придерживаться переводчик в ходе перевода, но один из них, лежащий в основе, должен всегда иметь первоочередное значение: перевод должен полностью соответствовать нормам ПЯ, переводчик должен особенно

внимательно следить за полноценностью языка перевода, избегать так называемого «переводческого языка», портящего язык под влиянием иноязычных форм.

Преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода, называются переводческими трансформациями. Основные типы лексических трансформаций включают следующие: *транслитерацию, калькирование и лексико-семантические замены (конкретизацию, генерализацию)*. К наиболее распространенным грамматическим трансформациям принадлежат: *синтаксическое уподобление, членные предложения, объединение предложений, грамматические замены (формы слова, части речи или члена предложения)*. К комплексным лексико-грамматическим трансформациям относятся *антонимический перевод, экспликация и компенсация*. Передать текст без единой трансформации невозможно: благодаря переводческим стратегиям удается точно и в полном объеме передать мысль автора.

Список литературы

1. Кортун Е.А. Синонимия терминов (на материале терминологии нефтедобывающей и нефтеперерабатывающей промышленности) // Ученые записки КнАГТУ. Науки о человеке, обществе и культуре. – 2012. - №2 (9). – С.35-39

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ КАК СРЕДСТВО ХАРАКТЕРИСТИКИ ЧЕЛОВЕКА

Праскунова Е.С.

Тобольская государственная социально-педагогическая академия им. Д.И. Менделеева, Тобольск, Россия

Фразеологические единицы являются одним из самых выразительных средств языка. Пожалуй, нет такой области человеческого бытия, которая бы не нашла отражение в этих глубоко национальных единицах. Одним из центральных параметров русской фразеологии является способность характеризовать человека.

Анализ данных фразеологических словарей позволил выявить, что во фразеосемантическом поле «Характеристика человека (личностные и физические характеристики)» можно выделить несколько микрополей, объединяющих единицы по тому или иному частному признаку: внешний вид, физические характеристики, возраст, интеллект и некоторые другие.

Рассмотрим, как проявляется характеристика человека во фразеологической системе русского языка. Так, к фразеологизмам, характеризующим внешний вид, относятся следующие единицы: *ворона в павлиньих перьях* со значением «человек, тщетно пытающийся казаться более важным, значительным, чем он есть на самом деле, старающийся играть более важную, не свойственную ему, роль»; *мало каши ел* – «худой, изможденный человек», *синий чулок* – «женщина, лишенная женственности, обаяния и всецело поглощенная книжными, учеными интересами».

Рассмотрим функционирование этих фразеологизмов в произведениях художественной литературы: *Анна Акимовна всегда боялась, чтобы не подумали про нее, что она гордая, выскочка или ворона в павлиньих перьях; и теперь, пока служащие толпились около закуски, она не выходила из столовой и вмиг валилась в разговор. (А.П.Чехов. Бабье царство). Женщин такого типа, безразличных к своим туалетам и внешности, называют «синий чулок».* (Е.Рубин. Пан или пропал. Жизнеописание).

Довольно многочисленны в русском языке фразеологизмы, характеризующие интеллектуальные способности человека. В значении этих фразеоло-