

памяти», что абсолютно точно передало суть кинокартины о престарелой супружеской паре, в которой муж читает своей жене, больной Альцгеймером, записи об их совместной жизни из его личного дневника.

Таким образом, исходя из данных примеров локализации названий фильмов можно говорить о том, что грамотная адаптация фильмов в прокате играет огромную роль как в его коммерческом успехе, так и в общем восприятии целой картины, а наиболее популярными методами перевода являются: полная замена названия; дословный перевод; модификация названия.

Библиографические ссылки

1. Заяц А. Как локализируют названия фильмов в России [Электронный ресурс] // Фильм. Режим доступа: <https://www.film.ru/articles/kinoslovar-trudnosti-perevoda> (дата обращения: 16.10.2018).
2. Языковая локализация [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Языковая_локализация (дата обращения: 16.10.2018).
3. Закревская А. Трудности перевода: как переводят фильмы за рубежом [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/article/2839624> (дата обращения: 16.10.2018).

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ТРУДНОСТИ СИНХРОННОГО ПЕРЕВОДА КАК ФАКТОР ВЫБОРА ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ

П. Г. Загородная

Научный руководитель О. В. Железнякова, кандидат педагогических наук,
доцент

*Минский государственный лингвистический университет
Минск, Беларусь*

Выбор стратегии синхронного перевода (СП), главным образом, сосредоточен на планировании, целях и действиях переводчика, которые обуславливаются не только типом текста перевода, стилем и темпом речи оратора, но и значительной психологической нагрузкой. Процесс СП задействует различные психологические процессы в мозге человека: восприятие и порождением речи, ее осмысление, и, самое главное, постоянную концентрацию внимания, следовательно, именно одновременность переключения данных механизмов делает СП возможным.

По мнению Р. К. Миньяра-Белоручева [3], навык переключения внимания является одним из важнейших навыков устного переводчика. Под объемом внимания понимают количество объектов, которые одно-

временно находятся в поле внимания. И. А. Зимняя [1] в своем учебном пособии пишет: «Для переводчика характерна концентрация внимания на основных, доминирующих аспектах и, в то же время, возможность в любой момент перенести центр внимания на “фоновые” явления, превратив их, таким образом, в доминирующие». Важно, чтобы внимание переводчика было широкое, хорошо распределяемое, быстро переключаемое, концентрированное и устойчивое. Постоянная концентрация внимания, кроме всех остальных осложняющих факторов (строгие временные рамки, осуществление переводчиком нескольких процессов одновременно и т.д.), уже является значительной психологической нагрузкой, поэтому нами будут рассматриваться определенные стратегии СП в контексте оптимизации усилий в данной деятельности.

В нашей работе мы будем опираться на классификацию стратегий, предложенную В. М. Илюхиным [2], понимая под стратегией как ментальный план действий, направленный на решение переводческой задачи в условиях переводческой ситуации.

Проведенный нами анализ позволил выделить следующие наиболее эффективные стратегии СП: стратегия ожидания, столлинга, линейности, проб и ошибок, компрессии, декомпрессии и вероятностного прогнозирования.

Стратегия ожидания заключается в действиях, направленных на получение как можно большего объема информации за счёт пропуска определённого промежутка времени. Она используется чаще всего при отсутствии у переводчика транскрипта выступления. Синхронист во время перевода делает небольшую паузу, достаточную для получения более широкого контекста, который необходим для понимания смысла высказывания.

Стратегия столлинга заключается в «попытке выиграть время путём замедления или повторения тематической информации, не содержащей ничего нового, с целью заполнения слишком затянувшейся паузы» и предполагает, что переводчик произносит нейтральные фразы или намеренно замедляет темп речи до момента, когда ему станет понятно, о чём говорит оратор. Одной из причин столлинга может быть стрессовая ситуация, в результате которой синхронный переводчик вынужден жертвовать качеством перевода в пользу сохранения беглости речи на иностранном языке, а также точности передаваемой информации. Другой причиной могут быть особенности работы оперативной памяти, позволяющие переводчику в условиях ограниченного времени переводить лишь небольшие фрагменты информации с целью следования линейному развитию устного перевода. Главное отличие от стратегии

ожидания заключается в том, что пауза в переводе заполняется тематической информацией.

Для передачи длинных сложных предложений переводчики используют стратегию линейности, позволяющая упростить синтаксическую структуру на языке перевода. Сохранение линейности в СП состоит в том, что синхронист передаёт информацию из исходного текста с минимальной реструктуризацией, т.е. переводит «одну смысловую группу за другой, одновременно с этим сохраняя связность и логичность передаваемой информации и членя сложные предложения на простые составляющие».

Стратегия проб и ошибок используется в том случае, когда переводчику неизвестен точный эквивалент переводимой единицы текста. Переводчик выбирает один из наиболее очевидных вариантов, а затем, если он оказывается ошибочным, заменяет его правильным на основе широкого контекста.

Стратегия компрессии применяется преимущественно при переводе с русского языка на английский и предусматривает сжатие исходного сообщения и регуляцию отставания при СП, так как у русскоговорящих ораторов часто наблюдается высокий темп речи. Переводчик может опускать наречия и прилагательные, сохраняя существительные и глаголы, опускать уточнения, союзы, междометия без вреда для передачи смысла перевода.

Стратегия декомпрессии применяется одинаково в силу стилистических причин, когда на языке перевода невозможно выразить понятие теми же языковыми средствами, что и на исходном языке, а также в случае необходимости передать большой объем информации понятной аудитории без объяснений в силу достаточных фоновых знаний.

Стратегия вероятностного прогнозирования восходит к идеям американского лингвиста Н. Хомского о так называемой генеративной грамматике. Точками опоры для прогноза могут стать предлоги, начальные слова названий известных организаций, фразеологизмы, итоговые фразы докладчика, повторение сказанного ранее и т.д. Также отметим, что русскоговорящие ораторы склонны употреблять идиомы для большей экспрессивной окраски, в этом случае может применяться стратегия и экстралингвистического прогнозирования, так как это позволяет синхронисту, благодаря фоновым знаниям, произнести фразу целиком еще до окончания фрагмента исходного текста, не теряя стилистической окраски речи оратора.

Отметим, что в ходе СП не используется какая-либо одна стратегия, скорее происходит «синхронное» применение нескольких переводческих стратегий для достижения оптимального результата. Не следует

забывать и о стратегии постпереводческого анализа, предполагающей работу над ошибками, сбор дополнительной и систематизацию полученной информации, а также оценку психологического состояния и готовности во время осуществления синхронного перевода.

Библиографические ссылки

1. Зимняя И. А., Ермолович В. И. Психология перевода: уч. пособие (для высших курсов переводчиков). М. : МГПИИЯ, 1981. 99 с.
2. Илюхин В. М. Стратегии в синхронном переводе (на материале англо-русской и русско-английской комбинаций перевода): дис ... канд. филол. наук: 10.02.20. Москва, 2001. 206 с.
3. Миньяр-Белоручев Р. К. Как стать переводчиком. М. : Готика, 1999. 190 с.

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ГЕОГРАФИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

М. В. Иванова, К. К. Понамарёва

Научный руководитель О. Г. Буденис, старший преподаватель

*Гродненский государственный университет имени Янки Купалы
Гродно, Беларусь*

Гродно – город с богатой историей, культурным наследием и старинной архитектурой – на протяжении всего своего существования привлекал туристов из ближнего и дальнего зарубежья. С введением безвизового режима количество иностранных гостей нашего города значительно увеличилось. В течение 2017 года Гродно посетило 55 тысяч туристов из 70 стран мира, что, безусловно, способствует развитию туристической индустрии. Многие туристы приезжают в составе организованной группы, однако некоторые предпочитают путешествовать самостоятельно, планируя свое времяпрепровождение при помощи доступных разработанных маршрутов. Для таких туристов крайне важно наличие указателей на английском языке, которые помогают им ориентироваться. Перевод географических наименований, представляющих собой географические реалии, – это один из наиболее сложных аспектов переводческой деятельности.

Для их перевода, как правило, используются следующие методы: транскрипция, транслитерация и калькирование.

Метод транслитерации представляет собой передачу русского наименования путем воспроизведения его графической формы с помощью алфавита английского языка [1, с. 37]. Транслитерация подразделяется на подтипы в зависимости от строгости: 1) при строгой транслите-