

**Заключение.** Таким образом, при переводе фразеологических единиц с компонентом-этнонимом чаще всего наблюдается опущение этнонима, достаточно часто при переводе происходит замена этнонима, гораздо реже имеет место сохранение этнонима. В отдельных случаях возможен перевод одного и того же фразеологизма разными способами.

#### **Библиографические ссылки**

1. Фразеология русского языка и её особенности [Электронный ресурс] // Портал студенческих и научных материалов. Режим доступа: [https://ozlib.com/833141/literatura/frazeologiya\\_russkogo\\_yazyka\\_osobennosti](https://ozlib.com/833141/literatura/frazeologiya_russkogo_yazyka_osobennosti) (дата обращения: 25.04.2020).
2. Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка : в 3 т. М. : АСТ; Астрель; Харвест, 2006.
3. Попов М. Полный словарь иностранных слов, вошедших в употребление в русском языке. М. : И. Д. Сыгин, 1907. 458 с.

### **МЕТОДЫ КИНОПЕРЕВОДА: ТРАНСКРЕАЦИЯ, ТРАНСАДАПТАЦИЯ И ТРАНСКУЛЬТУРАЦИЯ**

**Д. М. Казачёнок**

Научный руководитель Е. В. Гулевич, кандидат филологических наук, доцент

*Гродненский государственный университет имени Янки Купалы*

*Гродно, Беларусь*

*e-mail: daria.k24@mail.ru*

В статье рассматриваются методы перевода, такие как транскреация, трансдаптация и транскультурация, применяемые в кинопереводе. Культурная адаптация текста, как возможность пересоздать произведение на родном языке, является неотъемлемой частью перевода. Показывается значимость фактора понимания целевой аудитории.

*Ключевые слова:* киноперевод; транскреация; трансдаптация; транскультурация.

**Введение.** В современном мире популярность кино только возрастает, соответственно, увеличивается потребность в кинопереводе. Точное его определение даёт в своей работе Н. Ю. Афанаскина: «киноперевод – это особый вид перевода, т.е. создание нового полноценного кинотекста на языке перевода с учётом визуального ряда» [1, с. 61]. Учитывая, что киноперевод является разновидностью аудиовизуального перевода, можно сказать, что его цель заключается в создании кинопроизведения, которое оказывает такое же воздействие на зрителя иной культуры, как и на зрителя, в культуре которого зародилось данное произведение.

**Основная часть.** В основе киноперевода лежит ряд факторов, которые необходимо учитывать для правильного и адаптированного перево-

да: сюжетность, жанровость, псевдоуственность, динамическая эквивалентность, транскреация, трансадаптация и транскультурация.

Кино рассчитано на зрителей, поэтому ключевую роль в кинопереводе играет фактор понимания целевой аудитории. Как утверждал в своей работе В. Н. Комиссаров: «Переводчик должен чётко представлять, для чего и для кого он переводит, какую задачу будет выполнять создаваемый им текст, как и кем этот текст будет использован» [2, с. 357]. Понимание целевой аудитории невозможно без рассмотрения культурных особенностей той лингвокультуры, для которой предназначено, в данном случае, то или иное кинопроизведение.

Большой вклад в развитие переводческих методов, таких как транскреация, трансадаптация и транскультурация внесла Е. Д. Малёнова: «Личный переводческий опыт, а также постоянное наблюдение за результатами перевода коллег даёт возможность выделить три основных метода креативных практик при переводе: транскреация, трансадаптация и транскультурация» [пер. Д. М. Казачёнок] [3, с. 782]. Использование данных методов перевода помогает аудиовизуальным переводчикам передать зрителям ту глубину произведения на родном языке, которую задумал иноязычный автор, тем самым обеспечивая понимание и принятие перевода.

Транскреация представляет собой «творческую переработку текста на другом языке, в процессе которой при необходимости сообщение модифицируется и адаптируется с учётом культурных различий» [4]. В. В. Сдобников отмечает, основываясь на идею Е. Д. Малёновой: «Под транскреацией в переводе понимается стратегия творческого переосмысления сегмента текста оригинала с последующим созданием нового текста средствами языка перевода с учетом полимодального и культурно-специфического контекста произведения, характеристики коммуникативной ситуации, технических и правовых ограничений, предполагаемой реакции реципиента...» [5, с. 77]. Иными словами, транскреация является возможностью пересоздать произведение на родном языке. Ярким примером транскреации является интерпретация названий фильмов, а также имён персонажей. Например, перевод названия фильма “*Sully*” (2016) (‘Чудо на Гудзоне’), имён персонажей популярной серии книг о Гарри Поттере Дж. К. Роулинг, скажем, имени *Neville Longbottom* (‘Невилл Долгопупс’, вариант, предложенный издательством «Росмэн») описывают принцип транскреации.

Однако принципа транскреации бывает недостаточно для успешного перевода кинолента, так как иногда прокатчики хотят основываться

на конкретную зарубежную аудиторию. Речь идёт о таких переводческих методах, как трансадаптация и транскультурация. Е. Д. Малёнова отмечает, что «трансадаптация работает по принципу транскреации, но трансмедийный проект претерпевает довольно радикальные изменения. Пересоздаются не только слова, но и визуальные компоненты (знаки, рисунки и так далее). Изменению подвергаются вербальные, аудиальные и визуальные коды» [перевод Д. М. Казачёнок] [3, с. 783]. Примером трансадаптации является интерпретация песни в мультипликационном фильме “*Chicken Little*” (2005) (‘Цыплёнок Цыпа’). Один из персонажей фильма напевает песню популярной британской поп-группы Bee Gees “*Stayin` Alive*”, строки которой звучали так:

*Well, you can tell by the way I use my walk*

*I`m a woman`s man, no time to talk*

*Ha, ha, ha, ha, stayin` alive...*

Переводчики адаптировали её для русскоязычного зрителя, заменив на песню популярного русскоязычного исполнителя Верки Сердючки «Всё будет хорошо»:

‘Хорошо! Всё будет хорошо!

Всё будет хорошо, я это знаю, знаю!..’

Ещё один пример методов киноперевода – это транскультурация. Е. Д. Малёнова описывает данный приём как «максимальное погружение трансмедийного проекта в целевую аудиторию, что в конечном итоге не соответствует источнику оригинала и, в каком-то смысле, начинает жить своей собственной жизнью в своей культурной среде» [перевод Д. М. Казачёнок] [3, с. 783]. Например, в мультфильме “*Zootopia*” (2016) (‘Зверополис’) ведущего новостей заменили на животное, которое популярно в стране. Для США и Канады – это лось, для Китая – панда, для Австралии и Новой Зеландии – коала, а для Японии – тануки, енотовидная собака, символизирующая счастье и благополучие в японской культуре.

**Заключение.** Таким образом, адаптация произведения на всех уровнях, фактор понимания целевой аудитории, а также использование переводческих методов играет важную роль в донесении смысла и задумки автора оригинала.

#### **Библиографические ссылки**

1. Афанаскина Н. Ю. Киноперевод как объект исследования лингвистики, социологии, межкультурной коммуникации и теории перевода // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2017. № 4. С. 58–66.
2. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. М. : ЭТС, 2001. 424 с.

3. Evgeniya D. Malenova. Creative Practices in Translation of Transmedia Projects // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. May 2018. No11. P. 775–786.
4. Haberstroh B. Content Localization: What It Means & Why You Need It // Enveritasgroup. 2015. [Blog]. Mode of access: <https://enveritasgroup.com/campfire/content-localization-what-it-means-why-you-need-it/> (date of access 04.11.2019).
5. Сдобников В. В. Новые тенденции в переводе // Казанский вестник молодых ученых. 2018. Том 2, № 4 (7). С. 72–79.

## ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО СЛЕНГА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

**Д. Ю. Ким**

Научный руководитель Л. А. Новосельцева, кандидат филологических наук, доцент

*Елецкий государственный университет имени И. А. Бунина*

*Елец, Россия*

*e-mail: diana.2103@mail.ru*

В данной статье рассматриваются проблемы перевода английского сленга на русский язык; акцентируется внимание на том, что сленг представляет собой сложное языковое явление, при переводе которого необходимо учитывать ряд факторов для достижения эквивалентного и адекватного перевода. На материале художественного произведения рассмотрены методы и приемы перевода сленговой лексики.

*Ключевые слова:* сленг; сленгизм; эквивалентность; адекватность перевода; методы и приемы перевода сленговой лексики; переводческие трансформации.

**Введение.** В контексте теории перевода сленг в настоящее время все еще представляет собой достаточно сложный, и в то же время, актуальный феномен для изучения. Целью данной статьи является рассмотреть методы и приёмы передачи английской сленговой лексики на русский язык, сложившиеся в современной практике перевода художественной литературы. Материалом для исследования послужил роман Таны Френч «Тайное место» и его перевод на русский язык.

Любой акт межъязыковой коммуникации является некой переводческой ситуацией, в которой реализуется соответствующая переводческая стратегия. Её выбор зависит от целого ряда факторов, среди которых самыми важными являются: цель перевода, тип переводимого текста и характер рецептора перевода [1, 346]. Выбор общей методологии определяет соотношение эквивалентности и аутентичности текста оригинала и перевода. Согласно В. С. Виноградову, эквивалентность – это сохранение относительного равенства содержательной, смысловой, семантической,