

## К ВОПРОСУ О ПЕРЕВОДЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ БЕЛОРУССКОЙ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ С РУССКОГО НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

**А. В. Черная, Ю. А. Цветкова**

Научный руководитель О. Г. Буденис, старший преподаватель

*Гродненский государственный университет имени Янки Купалы  
Гродно, Беларусь*

*emails: achyornaya1234567@gmail.com, ULA.CVETIK03@mail.ru*

В статье рассмотрена специфика перевода белорусских молочных продуктов на английский язык. Выявлены наиболее популярные переводческие методы, их слабые и сильные стороны при переводе гастрономических реалий.

*Ключевые слова:* гастрономическая реалья; способ перевода; транскрипция; транслитерация; описательный перевод.

**Введение.** Внешний рынок является одним из самых важных аспектов развития экономики в любой стране мира. Вследствие глобализационных процессов происходит ежедневное динамичное торговое взаимодействие, вследствие чего в торговых сетях доступны товары и продукты питания, произведенные в разных уголках планеты. Экономика Республики Беларусь также имеет высокую степень открытости и ориентирована на внешние рынки. Более 50 % производимых товаров поставляется на экспорт. Продукция с маркой «Сделано в Беларуси» известна в 181 стране. Сегодня на долю Беларуси приходится около трети мирового рынка карьерных самосвалов, 17 % – комбайнов, 8 % – тракторов, 6,4 % – льноволокна, 6 % – молочных продуктов.

Высокой степенью популярности за рубежом пользуются белорусские молочные продукты, что обусловлено их высоким качеством и вкусом. Самыми популярными компаниями по производству данной продукции являются «Савушкин продукт», «Молочный мир», «Бабушкина крынка», «Минский молочный завод №1», которые экспортируют свои товары в Россию, Китай, Казахстан, Кувейт, Парагвай и Конго. Более того, у всех указанных брендов есть англоязычные версии сайтов для продвижения продукции за границей. Именно поэтому существует необходимость адекватного перевода названий товаров и их описаний, что зачастую вызывает сложности у переводчиков, поскольку многие товары

производятся только в Беларуси и, по сути, относятся к гастрономическим реалиям.

**Основная часть.** Гастрономические реалии включают в себя названия блюд национальной кухни, различных ингредиентов, присущих только данной культуре, и другие явления и предметы, связанные с приемом пищи. Проблема перевода таких реалий находится в русле наиболее актуальных современных переводческих исследований, так как отмечается отсутствие четких критериев специфики их перевода. При их переводе, как правило, используются такие способы перевода, как описательный перевод (способ перевода, при котором называемое явление описывается посредством лексем языка-реципиента), транскрипция (способ перевода, при котором происходит воссоздание звуковой формы лексической единицы с помощью букв языка перевода) [1, с. 38], транслитерация (способ перевода, при котором при помощи букв переводящего языка передаются буквы переводимого языка) [1, с. 37], калькирование (способ, при котором происходит перевод реалии с сохранением её семантического содержания) [1, с. 39]. Следует отметить, что выбор метода перевода той или иной реалии всецело зависит от предпочтений переводчика, контекста и стиля текста.

С целью выявления наиболее популярных методов перевода продуктов национальной молочной промышленности нами были проанализированы варианты перевода таких продуктов, как *«ряженка»*, *«йогурт»*, *«плавленный сырок»* и *«глазированный сырок»*, представленные на официальных сайтах флагманов белорусской молочной промышленности. Были выявлены некоторые расхождения.

Так, для перевода слова *«ряженка»* белорусские переводчики используют два метода – транслитерацию (*‘ryazhenka’*) и описательный перевод (*‘baked fermented milk’*). Для перевода такого популярного в странах постсоветского пространства продукта как *«кефир»* был применен метод транскрипции (*‘kefir’*).

Значительная неоднозначность в выборе способа перевода обнаруживается при переводе такого молочного лакомства как *«глазированный сырок»*. На официальных сайтах таких производителей молочной про-

дукции как «Савушкин продукт», «Бабушкина крынка», «Молочный мир» и «Минский молочный завод №1» встречаются следующие варианты перевода: ‘glased curd cheese’ (дословный перевод), ‘glased curd snack’ (генерализация), ‘glased curd’ (генерализация и опущение).

Схожая ситуация выявлена и при переводе продукта «*плавленный сыр*». Были обнаружены следующие варианты перевода: ‘melted cheese’ (дословный перевод), ‘processed cheese’ (модуляция).

Перевод популярного молочного продукта «*йогурт*» обнаруживает два варианта написания вследствие применения транслитерации (‘yoghurt’) и транскрипции (‘yogurt’). На сайте «Минского молочного комбината № 1» для перевода отдельных продуктов также используется вариант ‘yougurt’, что, вероятнее всего, является опечаткой.

**Заключение.** Подводя итог нашему исследованию, отметим, что для продвижения белорусской молочной продукции за рубежом необходимо унифицировать подходы к переводу названий молочных продуктов, так как обнаруженные варианты могут ввести покупателей в заблуждение и, тем самым, снизить рейтинг продаж.

Более того, полагаем, что одновременное применение транскрипции / транслитерации и описательного перевода (в качестве пояснения) смогло бы облегчить понимание и повлиять на выбор потенциального покупателя.

#### **Библиографические ссылки**

1. Дмитриева Л. Ф. Кунцевич С. Е., Мартынкевич Е. А. Английский язык. Курс перевода. М. : МарТ, 2008. 263 с.
2. Рыбин П. В. Теория перевода. Курс лекций. М. : Москва: Московская государственная юридическая академия, 2007. 250 с.