

примененные к рекламным медиатекстам, мы можем констатировать, что самым используемым является описательный перевод, а реже всего используется транслитерация.

Список литературы

- Виноградов В.С.* Введение в переводоведение. – М. : Изд-во ин-та общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
- Гальперин И.Р.* Текст как объект лингвистического исследования : монография. – М. : Наука, 1981. – 140 с.
- Дейян А.* Реклама. Интернет-реклама. – М. : Сирин, 2003. – 168 с.
- Иванов В.В.* Лингвистика третьего тысячелетия: вопросы к будущему. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 208 с.
- Казакова Т.А.* Практические основы перевода. – СПб. : Союз, 2001. – 320 с.
- Комиссаров В.Н.* Общая теория перевода. – М. : ЧеРО, 1999. – 136 с.
- Миньяр-Белоручев Р.К.* Теория и методы перевода. – М. : Московский Лицей, 1996. – 298 с.
- Мудров А.Н.* Основы рекламы : учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр, 2008. – 397 с.
- Николенко Г.А.* Лингвистические особенности рекламных текстов и способы их перевода. – СПб. : Тассист, 2005. – 134 с.
- Хисматуллина В.М.* Гендерный аспект в телевизионной рекламе. – М. : Сирин, 2002. – 55 с.

COMMERCIAL MEDIATEXT TRANSLATION METHODS FROM ENGLISH INTO RUSSIAN

The paper considers such terms as commercial text, mediatext, commercial mediatext. It also considers translation methods and approaches used in 50 English/Russian commercial mediatexts' translations.

Key words: commercial text; mediatext; commercial mediatext; advertising language; translation methods; translation approach.

УДК 811.111'23

СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА ВОЕННОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ И СЛЕНГА

И.Э. Харченко

*Научный руководитель: Е.М. Масленникова,
кандидат филологических наук, доцент (ВА ВКО, ТвГУ)*

В статье обсуждаются особенности английского военного сленга и перечисляются основные стратегии и методы его перевода (функциональный эквивалент, культурный эквивалент, модуляция, компенсация и пересказ).

Ключевые слова: сленг; терминология; военный сленг; перевод.

Военный язык состоит из различных технических терминов, жаргона, аббревиатур и сокращений, а также специализированной терминологии.

Военная лексика охватывает технические руководства, каталоги самолетов, военных кораблей, боевых бронированных машин и радаров, а также брошюры, контракты, презентации, электронные базы данных и т.д. Быстрое изменение военной техники – одна из основных причин развития военного языка. При этом даже самые новые специализированные словари не способны успевать за темпами развития науки и техники. Военные термины привязаны к конкретным культурным условиям, что приводит к своего рода «семантическому разрыву» между двумя языками и культурами.

Военные создают специальные термины для идентификации «свой – чужой» (т.е. как членов определенной группы), тем самым создавая или усиливая психологическое и социальное единство внутри конкретной группы. Причиной создания сленговых выражений часто становится требуемая в тяжелых условиях военной жизни разрядка обстановки с помощью юмора: например, словом *pigeon* (буквально ‘голубь’) обозначается лицо, относящееся к военно-воздушным силам армии США; это обозначение является презрительным, но при этом голубь обычно считается символом мира.

Основными способами образования сленговых выражений в современном английском военном сленге являются:

- лексико-семантическое словообразование, т.е. образование единиц вследствие переноса значения: *boot* – новобранец;
- словосложение: *chair force* – ВВС;
- сокращение: *corp* от *corporal* ‘капрал’;
- звукоподражание: *whiz bang* – снаряд;
- появление фразеологических единиц: *to dog a watch* – нести службу в дозоре или в карауле (ср. «тащить службу»);
- иноязычные заимствования: *Blitzkrieg* – блицкриг, или молниеносная война (из немецкого языка для обозначения тактики быстрой войны и динамичного наступления);
- заимствования из других территориальных диалектов английского языка: *nothing to write home about* ‘ничто нестоящее, нецелесообразное’ – фразеологическая единица, заимствованная в американский военный сленг из британского военного сленга;
- жаргонные заимствования: *tommy gun* – автомат (от названия пистолета-автомата Томпсона, широко используемого гангстерскими группировками) [см.: Митчелл 2014].

Военный сленг отличается достаточно узким использованием: его создают и используют в своей речи главным образом военнослужащие, но в ряде случаев сленговые слова и выражения могут переходить в обычную разговорную речь и использоваться простыми людьми, не связанными в своей профессиональной деятельности с армией. Во многих случаях

военный сленг не имеет эквивалентов или соответствующих лексических единиц в языке перевода – или, даже если они есть, они могут не передавать требуемое значение.

В статье «Translating Military Slang Terms from English into Formal Arabic» говорится, что англоязычный военный сленг сложен для перевода, так как речь идет не только о передаче значений слов, но и об их переносе в культуру другого языка [см.: Hanaqtaḥ 2016]. Для переводчика проблема заключается в языковых и культурных различиях между языком перевода и исходным языком. Необходимо перевести текст, учитывая культурные аспекты языка перевода и целевую аудиторию. При передаче значения одного и того же сообщения средствами языка-реципиента, чья культура отличается от культуры языка оригинала, переводчики не всегда могут передать все нюансы и тонкости сленга из-за отсутствия необходимой осведомленности о культурных импликациях, различиях в языковых нормах и правилах. Часто отсутствие в принимающем языке однозначного соответствия для сленгового слова требует обращения к внетекстовой реальности [см.: Масленникова 2010].

Язык и культура тесно связаны между собой, они интерактивны и оказывают влияние друг на друга. Язык является способом, с помощью которого люди выражают себя и свою культуру, поэтому люди часто воспринимают свой язык как символ своей социальной идентичности, а запрет на его использование воспринимается носителями языка как принуждение к отказу от своей социальной группы и культуры. Переводчики должны преодолеть не только языковые, но и культурные барьеры, для того чтобы быть уверенными в том, что читатели поймут смысл переданного сообщения.

Термины англоязычного военного сленга считаются сложными для перевода. Для переводчика проблема заключается в языковых и культурных различиях между языком перевода и исходным языком. Передача на переводящий язык значения сообщения, отличающегося культурой от исходного языка, является также сложной задачей, особенно если переводчик стремится найти сленговый термин, имеющий такое значение в принимающем языке и культуре или способный оказать такое же воздействие на представителя принимающей культуры. Слову *boot* в значении ‘новобранец’ соответствует русский эквивалент *дух*, но словосочетание *американский дух* или *дух-американец* в значении ‘американские новобранцы’ звучит комично. Военному переводчику приходится учитывать совокупность социокультурных факторов, поскольку степень переводимости военных текстов зависит от прагматических отношений, возникающих между созданными на исходном и переводящем языке текстами, и от их общей направленности [см.: Масленникова 2018].

В отличие от переводчика художественной литературы, который не только обнаруживает себя сразу в двух культурах – в «своей», внутри которой он существует в текущий момент, и в «чужой», внутри которой существуют автор и оригинал [см.: Масленникова 2015: 602], – военный переводчик вынужденно ограничен однозначными эквивалентами. В этом случае отсутствие знаний в предметных областях может быть серьезной проблемой в процессе перевода.

Интеркультурная специфика переводческой деятельности имеет ряд ограничений. Переводчик взаимодействует с оригиналом одновременно как его первичный читатель-адресат и как адресант, «заменяющий» автора. Идентичность – явление динамическое, ее характеристики приписываются ей членами той группы, которые идентифицируются или самоидентифицируют себя с ней.

Стратегиями и методами перевода, используемыми профессиональными переводчиками для перевода военной терминологии, признаются функциональный эквивалент, культурный эквивалент, модуляция, компенсация и пересказ [см.: Hanaqtah 2016]. Незнание языка оригинала или отсутствие у переводчика требуемой квалификации приводят к неправильному пониманию значения терминов, идиом, технических терминов и т.д., в результате получается неточный перевод.

Список литературы

Масленникова Е.М. Намеренные и ненамеренные лакуны в текстовой коммуникации // Вестник Тверского гос. ун-та. Сер. Филология. – 2010. – Вып. 6 : Лингвистика и межкультурная коммуникация. – № 31. – С. 151–161.

Масленникова Е.М. Культурная (само)идентификация переводчика и требования к переводу // Магия ИННО: новое в исследовании языка и методике его преподавания. – М., 2015. – С. 602–606.

Масленникова Е.М. Локализация: адаптация или лингвокреативность? // Индустрия перевода. – Пермь, 2018. – С. 53–57.

Митчелл П.Д. Английский военный сленг: понятие, способы образования и тематическая классификация // Язык и культура. – 2014. – № 3 (27). – С. 64–73.

Hanaqtah M.F. Translating Military Slang Terms from English into Formal Arabic // Research on Humanities and Social Sciences. – 2016. – Vol. 6. – N. 24 [electronic resource]. – Mode of access: <https://iiste.org/Journals/index.php/RHSS/article/viewFile/34797/35778> (дата обращения: 11.01.2019).

TRANSLATION STRATEGIES FOR MILITARY TERMINOLOGY AND SLANG

The paper discusses features of the English military slang and lists main strategies and methods for its translation. These are functional equivalent, cultural equivalent, meaning extension, compensation and retelling.

Key words: slang; terminology; military slang; translation.