

## **Иноязычная текстовая деятельность как гуманитарная основа развития компетентного специалиста технического вуза**

*Мелихова А.А.*

Тюменский государственный университет, г. Тюмень

### ***Аннотация:***

*В данной статье представлен механизм формирования информационно-коммуникативной компетентности как способ организации иноязычной текстовой деятельности в процессе обучения в техническом вузе, способствующий развитию у студентов осмысленной работы с информацией, что становится возможным за счет использования в обучении особым образом подобранных текстов и заданий к ним, помогающих средствами актуального диалога раскрытию понимания текста.*

Для того чтобы сформировать и развить в личности особые комплексные качества, которые позволят ей достичь осмысленности при взаимодействии с информационными потоками и с другими людьми, что в последствии будет основой её собственной ценностно-смысловой позиции, выражающейся в информационно-коммуникативной компетентности (*далее ИКк*), необходимо использовать особые педагогические технологии и средства, обеспечивающие актуализацию механизмов смыслообразования. Одной из возможных технологий может стать организация текстовой деятельности. Причем, формирование ИКк специалиста технического вуза должно осуществляется на наш взгляд за счет актуализации понимания текста (его предметного содержания и личностно-смыслового аспекта) средствами актуального диалога.

Инженер при прочтении любого текста, в том числе и иностранного, должен не просто замечать отдельные термины, их взаимосвязь и взаимозависимость, но и быть способным извлечь смыслы, заложенные в

содержании, что происходит через взаимодействие обучающегося с текстом: осмысление, интерпретация текста, проблемная спецификация (выделение подпроблем в тексте), когда обучающий способен транслировать отдельные аспекты текста на свой жизненный опыт. В результате такой работы специалисты технического профиля становятся способны воспринимать текст не как технические формулы и термины, а как гуманитарный, формируется ИКк - способность реализовать свой персонифицированный опыт в новых социально-культурных объектах мирового общества за счет механизмов смыслообразования средствами текстовой деятельности и актуального диалога к восприятию информационного пространства.

В данном случае дисциплина иностранный язык способствует правильному формированию профессиональных умений на гуманитарной основе благодаря различным приемам и операциям, методикам и технологиям, текстам и заданиям.

Таким образом, в процессе осознанного включения субъекта педагогического взаимодействия в контекст проблемной ситуации происходит его активное вовлечение в иноязычную текстовую деятельность (далее – ИТД). В результате становится возможным осмысленное восприятие заложенной в данной знаковой системе информации, декодирование социально-культурной интенции текстового высказывания, а также благодаря заданиям направленным на активизацию субъективированного культурного опыта, информация, извлеченная в результате текстовой деятельности, становится осмысленным знанием.

Понятие ИТД вводится нами как частный случай ТД, под которым понимается интенциональная иноязычная деятельность по содержательному и смысловому «распредмечиванию» знаковой системы. Существуют и другие определения ИТД. По мнению В.Г. Касьяновой ИТД – это полидетерминированная целостная система по приему и переработке иноязычной текстовой информации, которая состоит из ряда функциональных блоков: сенсорного, мнемического, речемоторного,

интеллектуально-познавательного. По словам Н.А. Вещневской «ИТД рассматривается как активная интеллектуально-мыслительная деятельность обучаемого, направленная на полное и глубокое тексто-лингвистическое и когнитивно-психологическое осознание текста, продуктом которого выступает его вербальное осмысление». Именно в процессе текстовой деятельности происходит овладение обучаемыми лексико-грамматическими средствами, которые в дальнейшем станут неотъемлемой частью их профессионального общения.

Иностранный язык для формирования ИКк выбран не случайно. Кроме указанного выше потенциала и возможностей данной дисциплины, изучение второго языка не только является объектом усвоения и предоставляет дополнительные языковые возможности, способствует межнациональному общению, но и является средством развития профессиональных умений (А.А. Рыбкина). В связи с этим, в техническом университете обучение иностранному языку приобретает особую специфику.

1) Что касается самого предмета, то, в техническом вузе должна быть проведена интеграция между иностранным языком и профилирующими предметами. Учащийся технического вуза должен осознать тесную связь между своей специальностью и обучением иностранного языка, как средства расширения своих профессиональных знаний за счет опыта носителей другого языка, другой национальности, другой страны. Использование коммуникативных, игровых, деловых методов обучения позволит заложить понимание и осмысленность существования и поведения в будущей профессиональной среде (Ф.М. Зиннурова). Кроме того, иностранный язык всегда направлен на новейшие научные и технические достижения в профессиональной сфере обучаемого, отталкивается исключительно от интересов будущего профессионала и постоянно обогащает его опыт и способности (Д.Л. Матухин).

2) Что касается текстов на занятиях иностранного языка, то в процессе обучения происходит постоянное обращение ко всем видам текстов: как

вербальным, так и невербальным, письменным, аудио- и видеотекстам. Поэтому, на наш взгляд, становится важным разработать типологию текстов, используемых на занятиях в техническом вузе.

В теории лингвистики типологии текста (П. Хартман) большинство авторов начинает классификацию с деления текстов на художественные и нехудожественные [1]. Существует классификация релевантная для перевода: тексты, ориентированные на содержание (репортажи, инструкции к техническим средствам, официальные документы, специальные тексты гуманитарных, естественных и технических наук); тексты, ориентированные на форму (произведения литературы); тексты, ориентированные на обращение (реклама, агитация, проповедь, пропаганда, полемика, демагогия или сатира) [2]. Смысловая типология предполагает деление текстов на описание, рассуждение и повествование.

Дополняя имеющиеся классификации, на наш взгляд, тексты технического университета можно поделить по следующим основаниям:

- по специализации: гуманитарный текст (исторический, художественный, социологический, культурологический и т.д.) и технический текст (геологический, математический, физический и т.д.);

- по способу восприятия (форме представления [3]) (видео-, аудио-, письменный текст (печатный и электронный), пространственный (памятник, небо), невербальный (мысли, слезы);

- по степени вторичной обработки (аутентичные (оригинальные) и адаптированные (переработанные);

- по ценностно-смысловому аспекту: фактографический (содержащий в себе факты, описания, термины, формулы и не требующий их анализа) и смыслоориентированный (взывающий к чувствам, побуждающий к размышлению);

- по степени смыслоактуализации: прочитанный текст (когда этап понимания еще не наступил), интерпретированный текст (когда замысел

автора раскрыт), осмысленный текст (когда содержание текста становится персонифицированным - пропущенным через свой социо-культурный опыт);

- по способу воспроизведения - пересказанный текст = вторичный (информация текста изложена в авторской позиции) и воспроизведенный текст = встречный (информация текста дополнена жизненными примерами из личного опыта);

- по способу членения текста (И.Р. Гальперин): введение, заключение, вывод и др.;

- по учебно-профессиональной направленности: тест, упражнение, семинар, отчет, конференция, заседание и т.д.

3) В связи с тем, что работа с текстом предполагает постоянную работу с заданиям, следующей особенностью обучения в техническом университете, способствующего развитию ИТД и формированию ИКк, являются особым образом организованные задания, побуждающие смысло-ориентированное восприятие знаково-контекстной ситуации.

Таким образом, учитывая специфику восприятия, понимания и интерпретации информационного потока знаково выраженного в тексте, считаем необходимым выделить, в соответствии с формами (уровнями) понимания, следующую типологию текстовых заданий: доконтекстные, контекстные, законтекстные и внеконтекстные. Согласно четырем этапам процесса формирования ИКк (на основе теории знаково-контекстного подхода А.А.Вербицкого [4]): направленно-диагностического, ориентационно-деятельностного, коммуникативно-деятельностного и профессионально-практического, способствующих поэтапному развитию на основе профессионального мышления у студентов технического вуза осмысленности, творческого подхода, умения в простых структурах действительности видеть многогранные объекты, разнородные связи и сложные системы, мы предложили, реализовать все указанные виды заданий в структурно-функциональной модели формирования ИКк, раскрывающей

сущность каждого отдельного этапа во взаимосвязи с механизмами смыслообразования на основе текстовой деятельности и актуального диалога.

### ***Литература:***

1. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. — М.: Наука, 1981. С. 24
2. Райс К. Классификация текстов и методы перевода (Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике). - М., 1978. - С. 202-228).
3. Валгина Н.С. ТЕОРИЯ ТЕКСТА Учебное пособие, Москва, Логос. 2003 г <http://evartist.narod.ru/text14/16.htm>
4. Вербицкий А.А. Активное обучение в высшей школе: контекстный подход: Метод. пособие. М.: Высшая школа, 1991. 207 с.

### **Особенности перевода руководств по PHP и MySQL**

*Вечканова М.П.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

#### ***Аннотация:***

*В тезисах кратко рассматриваются особенности перевода стандартной технической документации на материале перевода руководств пользователя по PHP и MySQL.*

XXI век – время быстрого развития информационных технологий. В эту сферу со временем втягивается всё больше и больше людей. Но для того, чтобы действовать в этой сфере, необходимо обладать определёнными знаниями, которые можно получить в том числе из книг, различных руководств. Но большое количество литературы представлено на английском языке, а значит люди, не владеющие языком, не могут овладеть этими знаниями. В этом случае книга подвергается переводу, но переводчик в

процессе работы может столкнуться с рядом сложностей, с которыми ему необходимо справляться. В данной работе была сделана попытка рассмотреть способы решения подобных переводческих проблем.

Материалом для исследования послужило руководство «Learning PHP and MySQL» (издательство O'Reilly, 2007г, с. 430) за авторством Мишель Е. Дэвиса (Michele E. Davis) и Джона А. Филлипса (Jon A. Phillips). Перевод руководства выполнен А. Киселевым (издательство «Символ-Плюс», 2008г.).

На первом этапе работы были рассмотрены основные особенности руководства, поскольку перед началом переводческого процесса, специалисту необходимо ознакомиться, с какой литературой он имеет дело. Были рассмотрены следующие аспекты:

- структура руководства;
- его стилистические особенности;
- особенности лексики.

По классификации, выдвинутой Пумпянским А.Л. (Пумпянский, с. 10-11) было доказано, что рассматриваемое руководство относится к научно-техническому тексту. Однако в нём присутствуют элементы, нехарактерные данному стилю:

- **фразеологизмы:** Jack of all traits - мастер на все руки;
- **фразовые глаголы:** grow out (PHP grew out of a need for people to develop and maintain web sites containing dynamic client-server functionality.) - родился (Язык PHP родился из потребности разрабатывать и поддерживать веб-сайты, обладающие динамической клиент-серверной функциональностью).
- **разговорная лексика:** learn the *ins and outs* of PHP and MySQL - показать вам входы и выходы PHP и MySQL;
- **авторские неологизмы:** PHPer - человек, программист, пишущий на PHP.

Однако для переводчика основными проблемами чаще всего являются следующие единицы:

- термины;
- аббревиатуры и акронимы.
- директивные речевые акты. Руководство нацелено на обучение читателя языку программирования и созданию динамических веб-сайтов, основная коммуникативная цель носит дидактический характер. В соответствии с этим построена книга (например, применение конструкций <местоимение 2-го лица + модальный глагол>. “You may also use a web-based tool called phpMyAdmin to modify your database.”). В связи с дидактическим характером повествования в тексте руководства также присутствует большое количество директивных речевых актов.

По итогам работы можно сделать четкие выводы относительно того, как следует переводить вышеуказанные единицы в рамках данной тематики.

Что касается терминов и аббревиатур, то здесь необходимо стремиться к сохранению максимальной эквивалентности. Так, чаще всего при переводе терминов используется калькирование (в 27% случаев), есть случаи полного заимствования лексических единиц без каких-либо трансформаций (3%), а при переводе аббревиатур чаще всего применяется заимствование аббревиатуры из английского языка в неизменном виде (в 80% случаев). Иногда допускается полное заимствование единиц, особенно в случае с аббревиатурами, например:

*If you want to compare the MIME type against others, use the \$HTTP\_POST\_FILES['file']['type'] variable.* - Значение переменной \$HTTP\_POST\_FILES['file']['type'] сравнивается с допустимыми типами MIME.

Что касается директивных речевых актов, то в руководстве достаточно часто используются директивные акты, выраженные повелительным наклонением, поскольку очень часто даются инструкции по выполнению чего-либо (установки ПО, написания кода, подключения библиотеки и т.п.).



Около 62% всех директивов были переданы на русский язык при помощи повелительного наклонения.

Однако следует обратить внимание, что данные рекомендации не могут быть применены безоговорочно во всех случаях. Они основаны лишь на статистических данных из материалов руководства по языкам программирования PHP и MySQL «Learning PHP and MySQL» (издательство O'Reilly, 2007г.)

### ***Литература:***

1. Климзо Б.Н. Ремесло технического переводчика. – М.: Р-Валент, 2006. – 508 с.;
2. Пумпянский А.Л. Введение в практику перевода научной и технической литературы на английский язык. – М.: Наука, 1965. – 302 с.;

### **Локализация русскоязычного веб-сайта для немецкоговорящих пользователей**

*Соколова А. И.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

### ***Аннотация:***

*В статье рассматриваются результаты работы по выявлению особенностей и способов локализации при переводе и локализации русскоязычного интернет-сайта для иностранцев.*

Современный бизнес немислим без продвижения веб-сайтов, которые зачастую становятся проводником на международный коммерческий рынок услуг и товаров, но создать хороший сайт нелегко, т.к. его разработка – это сложный и творческий процесс, от результатов которого напрямую зависит продвижение и "раскрутка" любой компании.

Как правило, все крупные организации или компании, имеющие сайт на родном языке, желают в дальнейшем ориентировать его на многоязычную аудиторию, то есть создать несколько самостоятельно отрывающихся языковых версий сайта. Для них это означает выход на новый рынок, возможность получить новых клиентов и новые возможности (Smith 2001, с.110).

Проделанная нами работа актуальна тем, что потребность продавать на глобальных рынках в настоящее время огромна – как для лидеров мировой экономики, так и для наращивающих экспорт развивающихся стран. Одним из ключевых моментов, влияющих на объемы их продаж является максимально скорое и эффективное привлечение интереса местного населения к товару через эффективно действующие интернет-ресурсы. Именно от хорошо локализованного сайта зависит успех компании, поэтому перед локализаторами-переводчиками стоит непростая задача (Shareef 2009, с. 15).

Перед нами было поставлено несколько целей:

- во-первых, подбор и систематизация рекомендаций для переводчиков, чья деятельность связана с переводом и локализацией сайтов для носителей различных языков и культур (в нашем случае для носителей немецкого языка);
- во-вторых, попытка локализации русскоязычного туристического портала *www.atsun.ru* для немецкоговорящих пользователей на основе выявленных рекомендаций.

Объектом исследования в данной работе является интернет-сайт *www.atsun.ru*. Предметом исследования – основные характеристики, особенности и способы локализации при переводе и локализации интернет-сайта.

Сначала нами были рассмотрены теоретические основы и ключевые понятия и моменты, на которые следует опираться при переводе и локализации интернет-ресурса, даны общие определения таких понятий как

"сайт", "локализация сайта", проводится разница между простым переводом сайта и локализацией, а также рассматривается соотношение перевода и локализации и его влияние на качество сайта. Обозначаются особенности сайта в целом, описываются проблемы, возникающие при создании веб-ресурса, поддерживающего несколько языков и даются рекомендации по переводу и локализации сайта.

Далее был проведен переводческий анализ сделанного перевода исследуемого нами сайта [www.atsun.ru](http://www.atsun.ru) с опорой на рекомендации, которые были приведены и выявлены в ходе изучения теоретической базы. Общее количество переведенного текста составило 11532 тыс. знаков без пробелов.

В целом по результатам данной работы было выявлено, что локализация сайта, как сложный процесс, включает в себя не только профессиональный и качественный перевод текстов, имеющих на сайте, как думает большинство пользователей, но адаптацию другой информации: графики, цифровой информации, цветового оформления и др. Все эти изменения проводятся с целью, во-первых, выявить чувствительные различия и избежать возможных конфликтов с местной культурой и населением и, во-вторых, проникнуть на местный рынок, приспособившись к локальным нуждам.

Поэтому можно утверждать, что простой перевод сайта не уместен, ведь он (перевод) является лишь составной частью локализации. Связано это с тем, что в Интернете совсем другие законы построения, восприятия, чтения и продвижения информационного продукта, которым является сайт. И хороший перевод на русский, например, немецкого сайта, вовсе не дает гарантий того, что он будет пользоваться популярностью среди людей, для которых русский язык является родным. Одной из причин может быть то, что сайт для них просто не адаптирован.

Так же мы выяснили, что в зависимости от того, на каком уровне языка происходит перевод и локализация текстовых компонентов, зависит "набор" переводческих трансформаций. Однако на любом уровне использование этих

трансформаций служит единым целям: экономия пространства, максимальное сохранение смысла и прагматического воздействия на пользователей.

Мы на примере подтвердили возможность не вносить изменения в графическое оформление сайта, если оно является универсальным, т.е. подходит как для носителей исходного, так и конечного языков.

Данная работа может не только помочь владельцам сайтов решиться на создание многоязычной версии сайта, но и может выступить в качестве руководства по локализации интернет-сайтов на начальном этапе, поскольку большая часть литературы, посвященная данному вопросу, представлена на иностранных языках и информация не структурирована. В нашей же работе освещаются ключевые моменты, которые собраны воедино и теоретическая информация подкреплена практическими исследованиями.

#### ***Литература:***

1. Shareef Mahmud Akhter Proliferation of the Internet Economy: E-Commerce for Global Adoption, Resistance and Cultural Evolution – Information Science Reference, 2009. – 299 с.
2. Smith Michael James, Gavriel Salvendy Usability Evaluation and Interface Design: Cognitive Engineering, Intelligent Agents and Virtual Reality – Lawrence Erlbaum Associates, 2001. – 1580 с.

#### **Ассимиляция заимствований в английском языке**

*Васильева Т. В.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

#### ***Аннотация:***

*В статье мы рассматриваем тенденции и прагматический потенциал заимствований в английском языке.*

Слово является основной структурно-семантической единицей языка. Между языком и словом существует тесная взаимопроникающая связь: при изменении языка происходит воздействие на все его уровни, что не может не отразиться на слове, а слово в свою очередь, являясь элементом языка, и формирует язык.

Слово может обозначать процесс, предмет, действие или признак, вообще любое явление, которое имеет место быть в жизни общества. Слово, язык и общество тесно связаны и уже не могут существовать друг без друга, поэтому с эволюцией человека (общества) естественно происходит изменение языка и слова.

Каждое слово входит в язык далеко не сразу, перед этим происходит долгий процесс его вживания и адаптации. И, к тому же, далеко не все слова возникают в языке из его собственных ресурсов, на базе его лексико-морфологических возможностей. Очень часто слово проникает в язык из другого языка, при этом адаптируясь к новой среде: немного меняя свое звучание, получая новое написание и, возможно, приобретая новые морфологические характеристики. Со временем, если оно проходит проверку на языковую пригодность, оно полностью ассимилируется в словарном составе языка, если же оно не проходит эту проверку - оно отмирает, как нежизнеспособный побег.

В исследовании было рассмотрено такое лингвистическое явление как процесс заимствования слов.

**Цель** работы заключалась в том, чтобы рассмотреть процесс ассимиляции заимствований в английском языке.

Реализация поставленных целей предполагала решение следующих **задач**:

1. определить понятие заимствования;
2. рассмотреть классификацию заимствований;
3. дать оценку этому явлению;

4. отметить особенности заимствований в английском языке в историческом развитии;

5. выделить тенденции и прагматический потенциал заимствований в английском языке.

**Материалом** исследования являлись слова-заимствования, извлеченные методом сплошной выборки из научных статей, опубликованных в печатных изданиях, а также извлеченные из чатов и форумов (Интернет). Количество исследованных единиц составило около двухсот.

В ходе выполнения данной работы были использованы следующие **методы исследования:**

1. метод лингвистического описания;
2. метод качественно-количественного сопоставительного анализа;
3. стилистический анализ;
4. метод классификации.

**Объектом** исследования являлись заимствования в английском языке.

**Предметом** исследования являлся процесс ассимиляции заимствований в английском языке.

В отношении проницаемости различных слоев лексики английский язык обладает некоторым своеобразием: в нем имеются заимствования в таких частях речи, которые в других языках остаются сплошь исконными. Например: местоимения *they* со всеми своими формами и *same*, союзы *till* и *though*, сильные глаголы: *take* и *thrive* заимствованы из скандинавского.

Цифра 30% характеризует число исконных слов в словаре английского языка, но она не дает представления об их относительной употребительности и важности для коммуникации.

При таком подсчете на одну доску ставятся такие исконные слова, как: *have, he, on, good, thing*, встречающиеся в речи постоянно, и такие заимствования как: *vehicle, fuselage, chauffeur, neologism*, употребляющиеся довольно редко. Мы считаем, что, если подсчет процента исконных и

заимствованных слов сделать не по словарю, а по живой речи, считая каждое слово столько раз, сколько оно встречается, процент употребления получится совершенно иной.

Для выявления точного соотношения словоупотреблений между исконными и заимствованными словами, мы считаем необходимым проанализировать разговорный стиль. Чтобы результат анализа не был субъективным (т.к. для разговорного стиля характерно использование упрощенных конструкций и слов), также был рассмотрен научный стиль.

Кроме того, эти заимствования были исследованы на:

- частотность употребления (по соотношению к общему количеству слов);
- соотношение словоупотреблений в разных стилях;
- соотношение словоупотреблений по происхождению;
- степень освоения языком (т.е. на степень ассимиляции, по классификации Арнольд).

В процессе работы были использованы следующие источники:

- этимологический словарь английского языка Д. Харпера (Online Etymology Dictionary, Douglas Harper);
- Macmillan English Dictionary.

Для анализа использовались материалы статей журнала "Scientific American" и сообщения форума <http://thatguywiththeglasses.com/> о телевизионных передачах, книгах, политике.

Для проведения сравнительного анализа употреблений заимствований рассматривались тексты разговорного и научного стилей. Для каждого слова-заимствования (определялось по этимологическому словарю) устанавливались язык-источник, век появления в английском языке, степень ассимиляции (полностью ассимилированное слово; частично ассимилированное слово; варваризм).

Как оказалось, и разговорный, и научный стили в равной мере склонны к употреблению заимствований в потоке речи (21% и 30%,

соответственно). Разница в 9 % может показаться несущественной, но тем не менее, она является свидетельством того, что научная лексика сложнее разговорной. Это в некоторой степени можно объяснить тем, что слова-заимствования не всегда понятны носителю языка, они акцентируют на себе внимание, вносят в речь книжность, что является важным для научных статей.

Самый высокий процент заимствований приходится на французский язык, на втором месте латинский. Хотя в данном случае трудно установить точно, какой язык был первоисточником заимствования. Многие слова попали из латинского в английский через французский, а французский язык сам по себе можно считать наследником латинского.

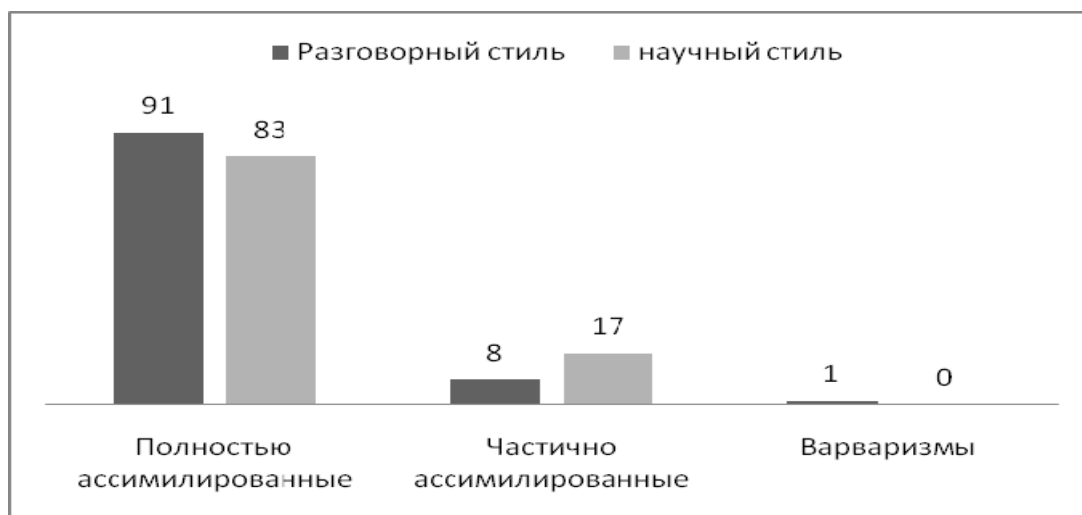
Такой высокий процент заимствований из этих языков, конечно, во многом объясняется историческими событиями. Норвежский и датский языки также именно по этой причине стали источниками слов для английского. Хотя этот процент гораздо ниже, нельзя не отметить их значимость, хотя бы потому, что слово *they* пришло из норвежского.

Затронув тему происхождения заимствований, нельзя не отметить, что в повседневной речи носители языка пользуются словами разнообразных языков-источников (в разговорном стиле мы отметили 7), в то время для научного стиля характерно использование латинских и французских слов (возможно, потому что латинский язык в Англии долгое время являлся языком науки), некоторый объем испанских слов объясняется тематикой статьи.

Основной объем исследованной заимствованной лексики пришел в английский язык в период с XIII до XVII вв. (около 85%). За этот период многие из них давно ассимилировались и стали неотъемлемой частью словарного состава английского языка.

По классификации Арнольд, изученные заимствования распределились следующим образом:





**Диаграмма 1:** Соотношение заимствований по степени ассимиляции по двум стилям

Как видно на диаграмме, при повседневном общении носители языка склонны употреблять в большей степени ассимилированные слова, в то время как частично ассимилированные в немного большем объеме употребляются в научном стиле.

Употребление варваризмов очень редко в обоих стилях.

Как оказалось, соотношение использования заимствований к исконным словам в потоке речи составляет примерно 1:3.



**Диаграмма 2:** Соотношение заимствований к исконным словам по двум стилям

Таким образом, можно сделать вывод, что 70% словарного состава английского языка в анализируемом материале занимают заимствования.

Среди употребляемых заимствованных слов предпочтение отдается ассимилировавшимся словам (часто об их иностранном происхождении можно узнать лишь из этимологического словаря). Частично ассимилировавшиеся заимствования употребляются значительно реже, варваризмы практически не встречаются.

Процесс ассимиляции заимствования занимает долгое время и не всегда происходит полностью (частично ассимилированные слова, варваризмы). Причем чем дольше слово существует в языке, тем больше оно адаптируется к системе языка и тем меньше признаков указывает на его иностранное происхождение.

В английском языке особое место занимают заимствования латинского и французского происхождения (на их долю приходится до 85-90% употребляемых в речи заимствований). Но несмотря на весь поток новых слов в языке, английский язык подчиняет их своим правилам и не только грамматическим, но и орфоэпическим и лексическим. А преимущество употребления в речи принадлежит исконным словам (на заимствования приходится лишь 30% потока речи независимо от стиля речи).

## **Тема-рематические отношения в переводе технической документации**

*Гаврикова О.Н.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

### ***Аннотация:***

*В статье мы рассматриваем средства выделения ремы в английском тексте на примере руководства по эксплуатации и трансформации, использованные при их переводе.*

В настоящее время уже не вызывает сомнения необходимость

глубокого лингвистического изучения научной и технической литературы. Это имеет особую значимость при переводе технической документации. Перевод научной и технической литературы является особой дисциплиной, возникшей на стыке лингвистики, с одной стороны, и науки и техники — с другой.

Актуальное членение – как логическая, так и лингвистическая категория, поэтому для текстов технической документации рассмотрение этого вопроса является особенно важным, поскольку данный стиль подразумевает точность и логичность изложения.

Актуальность темы состоит во взаимодействии логики изложения и актуализации смысла в технических текстах посредством тема-рематической организации текста как средства выражения этой логики.

Теоретическими основами работы послужили труды таких ученых, как Б.Н. Климзо, Давыдова, Матезиус, Ш. Балли, Иванова, Бурлакова, Почепцов, И.С. Шалыт, Е.В. Бреус и другие. Несмотря на немалый научный вклад в эту область, все они признают актуальное членение явлением сложным и неоднозначным, его многоаспектность и важность в лингвистической науке.

В качестве объекта исследования мы рассмотрели перевод технической документации с английского на русский язык, а именно, руководства по эксплуатации, так как этот вид текстов жестко регламентирован, имеет особую структуру со своими лингвистическими особенностями, которые необходимо учитывать при переводе с английского на русский язык.

Предметом исследования являются средства выделения ремы в английском тексте руководства по эксплуатации и трансформации, использованные при их переводе.

Материалом для исследования послужило руководство по эксплуатации «Силовой выключатель 3AP1 FG».

Понятие актуализации смысловых отношений в предложении введено в

лингвистическую науку Ш. Балли и В. Матезиусом, которые рассматривали процесс актуализации понятий как отождествление их с реальным представлением говорящего субъекта, соотнося данные понятия с членами предложения (Давыдова 2009, с.6).

К особенностям актуального членения в английском и русском языках можно отнести следующие:

1. Компоненты смыслового членения (суждения) и члены предложения совпадают не всегда: "A *small number of randomly occurring cracks* were found in the workpiece surface" — группа подлежащего и рема совпадают. "Hence, proper thermal management using jet lubrication *is not achievable* at the higher speeds" — рема выражена сказуемым) (Климзо 2006, с.113).
2. Если в английской письменной речи рема может быть и в конце, и в начале фразы, то в русской письменной речи рема всегда находится в конце фразы (Климзо 2006, с.114; Шалыт 2007, с.11).

В результате рассмотрения исследований по вопросу актуального членения мы установили, что единицы актуального членения предложения (тема и рема) не могут считаться вообще грамматическими единицами, поскольку нельзя считать грамматической категорией логическое понятие, не имеющее постоянного, единого формального средства выражения и находящее выражение в целом конгломерате различных языковых средств — грамматических, лексических.

На основании классификаций таких ученых, как Аракин, Иванова, Бурлакова, Почепцов, Бархударов, Давыдова и др. были выявлены следующие языковые средства, с помощью которых сигнализируется тематическая организация предложения: а) морфологические, б) лексические, в) порядок слов, в) синтаксические конструкции.

Проанализировав текст технической документации, мы выяснили, что на 200 предложений текста было обнаружено следующее соотношение средств выделения ремы:

Морфологические средства	79%
--------------------------	-----

Лексические средства	3 %
Порядок слов	0%
Синтаксические средства	7%

Такое средство, как порядок слов, не было использовано ни в одном предложении, что еще раз подтверждает строго формальный стиль изложения материала в тестах технической документации, поскольку изменение порядка слов в предложении внесло бы в него элемент экспрессии.

Кроме того, показательно процентное соотношение переводческих трансформаций, использованных при переводе представленных средств выделения ремы на русский язык. При переводе морфологических средств выделения ремы чаще используется трансформация грамматической замены (47%). При переводе лексических средств выделения ремы чаще использовался буквальный перевод (40%). При переводе синтаксических средств выделения ремы использовалась только трансформация грамматической замены (100%).

Таким образом, наибольшее количество трансформаций требуется при переводе морфологических и синтаксических средств выделения ремы, а наименьшее – при переводе лексических средств. Данная статистика говорит о том, что грамматические средства выделения ремы в предложении в английском и русском языках не совпадают и требуют определенных трансформаций при переводе.

Данное соотношение выявляет еще одну особенность актуального членения в английском и русском языках: в русском языке нет морфологических средств выделения ремы, которые составляют большинство в английском языке. Следовательно, для обозначения ремы в русском языке при переводе приходится прибегать к различного рода трансформациям. И, поскольку, данное несоответствие чаще происходит на уровне грамматики, то, соответственно, чаще используются грамматические трансформации.

### ***Литература:***

1. Бреус Е.В. Основы теории и практики перевода с русского языка на английский: Учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп. — М.: Изд-во УРАО, 2000. — С. 24-26.
2. Давыдова А.Р. Тема-рематическая организация текста газетных сообщений (на материале английского языка): автореф. дис. ...канд. филол. наук. Волгоград, 2009.
3. Климзо Б.Н. Ремесло технического переводчика. Об английском языке, переводе и переводчиках научно-технической литературы. – 2-е изд., переработанное и дополненное. – М.: Р.Валент, 2006. – 508с.
4. Шалыт И.С. Методическое и справочное руководство по переводу на русский язык, тематическому редактированию, литературной правке и редакционно-издательскому оформлению инженерно-технической документации: методическое пособие. – М.: ИНТЕНТ, 2007. – 108 с.

### **Явление синтаксической редукции в английском языке**

*Кошкин И. С.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

#### ***Аннотация:***

*Данная статья посвящена рассмотрению явления синтаксической редукции, целесообразности ее выделения как отдельного явления. Понимание механизмов синтаксической компрессии и редукции позволяет точнее определить вектор развития языка. В связи с законом экономии речевых усилий явление компрессии и редукции является одним из наиболее ярко проявляющихся в речи. В то же время, лишь немногие ученые в своих трудах рассматривали синтаксическую редукцию.*

Актуальность данной темы связана с малоизученностью этого явления, а также с тем фактом, что в современных научных работах, посвященных данной проблеме, вопрос понятия и классификации синтаксической редукции является неразработанным, не существует даже единого определения.

Главной целью данной работы является рассмотрение различных трактовок явления синтаксической редукции, а также анализ текстов публицистического и научного стиля на предмет синтаксической редукции.

Результаты работы могут быть полезны при анализе вектора развития языка (поскольку компрессия и редукция в значительной степени определяют, как язык будет развиваться в дальнейшем, поскольку представляют тенденцию языка к экономии средств). Полученные данные могут иметь значение для переводчиков, а также для разработки более совершенных систем машинного перевода. Кроме того, эти данные могут использоваться в дискурс-анализе.

Прежде всего, стоит отметить, что условием для появления компрессивных структур (к которым можно отнести и синтаксическую редукцию) является асимметричность языкового знака. Об асимметричности языкового знака говорил еще Фердинанд де Соссюр. Именно он разделил языковой знак на понятие и акустический образ (означаемое и означающее соответственно).<sup>1</sup> Для нас важно, что противоречивость языкового знака заключается следующем: на уровне означаемых обычно бывает больше единиц (единиц смысла), чем на уровне означающих (единиц словесно представленных).

Как считает Н.С. Валгина, разрыв между означаемым и означающим может быть большим или меньшим, и при конструировании связной речи его можно использовать в двух направлениях:

---

<sup>1</sup> Шарафутдинова Н.С. Теория и история лингвистической науки, с. 202-206

- 1) развертывая высказывание, в той или иной степени сближая означающее с означаемым:
- 2) свертывая его, сжимая до определенного предела, руководствуясь при этом критерием сохранения общего смысла.

Во втором случае, и возникает синтаксическая компрессия, которую Н.С. Валгина определяет как словесное сжатие высказывания, в котором какие-то элементы смысла будут представлены имплицитно.<sup>2</sup>

Как уже было сказано выше, само понятие синтаксической редукции в отечественном языкознании не разработано. Только в книге Н.С. Валгиной «Активные процессы в современном русском языке» можно найти определение синтаксической редукции. Н.С. Валгина определяет синтаксическую редукцию как отсечение необходимого грамматического звена в синтаксической структуре и приводит следующие примеры: *Фирма гарантирует* (что? / кому?); *Тема волнует* (чем? / кого?); *Теннисисты радуют* (кого? / чем?); *Высокое звание обязывает* (к чему?); *Портрет на фоне* (чего?) и др. Подобный подход к определению синтаксической редукции используется и в рекламе.<sup>3</sup>

Однако Н.С. Валгина дает и определение, общее как для синтаксической компрессии, так и для синтаксической редукции: «...выпадение из логически развернутых конструкций избыточных словесных компонентов и синтаксическое объединение оставшихся при полном сохранении семантико-синтаксического значения исходных, глубинных структур».<sup>4</sup>

С другой стороны, за рубежом существует иной подход к синтаксической редукции. Приведем цитату из работы Роджера Леви (Roger

---

<sup>2</sup> Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке: Учебное пособие. - М.: Логос, 2001. — 304 с.

<sup>3</sup> Например, в учебно-методическом комплекте Полянского А.Н. «Рекламный текст: Учебно-методический комплект по дисциплине»

<sup>4</sup> Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке: Учебное пособие. - М.: Логос, 2001. — 304 с.



Levy) и Т.Ф. Йегера (T.F. Jaeger) «Speakers optimize information density through syntactic reduction»: “...*syntactic reduction is available to the speaker as a pressure valve to regulate information density when it is dangerously high...*”<sup>5</sup>

Таким образом, они рассматривают синтаксическую редукцию как средство влияния на так называемую «плотность» информации.

Важно то, что они рассматривали редукцию не как стилистическое явление, а как естественный процесс. Судя по примерам, приведенным ими, они рассматривают редукцию как усечение той части предложения, которая не является необходимой для понимания смысла высказывания в контексте.

Вот один из примеров: «*How big is the family that you cook for?*» В данном случае может редуцироваться *that*. Более того, если высказывание не исключать из контекста, может редуцироваться и *you cook for*.

Поскольку исследовалось явление синтаксической редукции именно в английском языке, за основу были взяты именно идеи Йегера и Леви. Для выяснения основных особенностей синтаксической редукции было исследовано текстов размерностью примерно 110 000 (по 55 000 знаков по каждой тематике) и было обнаружено более 200 случаев, которые попадают под то или иное определение синтаксической редукции.

В результате анализа найденных случаев синтаксической редукции были выделены некоторые ее виды. Далее перечислены виды редукции, выявленные нами в процессе анализа собранных материалов, а также некоторые примеры:

1) **усечение признака** предмета или явления в связи с возможностью его восстановления в контексте. Так, в текстах публицистической тематики, связанных с выборами в Соединенных Штатах Америки, словосочетание “*the election campaign*” редуцировалось до “*the campaign*”, причем зачастую слово “*election*” не употреблялось в анализируемых статьях вообще. При этом стоит отметить, что признак далеко не всегда выражен именем прилагательным, а само положение усекаемой части относительно

---

<sup>5</sup> Levy R., Jaeger T.F. Speakers optimize information density through syntactic reduction, с. 8

остающейся может варьироваться. Например, выражение “*the raid*” (в предложении о нападении американских спецслужб на убежище бен Ладена) можно развернуть двумя путями: “*Bin Laden raid*” или “*raid on bin Laden’s refuge*”;

2) **узуальные эллиптические конструкции**, или **узуальный эллипсис** (под узуальным мы понимаем такой вид эллипсиса, который не нарушает стандартных правил английской грамматики, в то же время выполняя функцию управления «плотностью информации»). Примером подобного явления может послужить следующее предложение: “*I don’t think it’s clear that he [Obama] would [have ordered the bin Laden raid]*”. В данном случае усекается предикативная часть придаточного предложения (из контекста ясно, к какому действию относится *would*). Зачастую подобное явление характерно именно для придаточных предложений, поскольку информацию о значении усекаемой части можно легко получить из контекста;

3) **субъективизация признака** предмета или явления с последующим усечением названия предмета. Примером подобного вида редукции может послужить следующее предложение: “*After we get him [bin Laden], there’s going to be another, and another [terrorist leader]*”; также к этому подтипу можно отнести отдельные примеры метонимии: “*The same was true with North Korea*” (речь здесь идет не о стране в целом, а о ядерных испытаниях, проводившихся там);

4) частичная или полная **редукция связок** (под связками в данном случае будем понимать не только вспомогательные глаголы, но и предлоги, союзы и различные конструкции, служащие для соединения частей предложения). Например: “*Mr. Obama told [on] Sunday, ...*” (усекается предлог), “*... Joseph R. Biden said [that] Mr. Romney...*” (усекается союз), “*...anything [that is] vaguely related to...*” (усекается союз и вспомогательный глагол) или усечение конструкций “*in order to*” и “*so as to*” до “*to*”. Многие подобные конструкции уже успели стать узуальными.

Выделение именно этих видов синтаксической редукции обусловлено еще и тем, что элементы смысла частей высказывания, редуцированных подобным образом, восполняется по-разному. Так, при усечении признака предмета или явления значение зачастую восполняется из текста целиком (то есть, в роли контекста выступает весь текст). При узуальном эллипсисе и субъективизации признака контекстом, из которого восполняются редуцированные элементы смысла, выступает предыдущее предложение. При редукции связок элементы смысла восполняются зачастую не из контекста, а исключительно за счет знания грамматики языка (при этом даже редуцированные предложения зачастую остаются грамматически правильными).

Далее представлена таблица, в которой указано количество различных проявлений синтаксической редукции в исследуемых текстах публицистического и научного стиля.

**Таблица 1.** Количество случаев синтаксической редукции в публицистическом и научном стиле.

	<b>Публицистический стиль</b>	<b>Научный стиль</b>
Усечение признака	43 (40,18%)	23 (19%)
Узуальный эллипсис	5 (4,67%)	3 (2,43%)
Субъективизация	9 (8,41%)	18 (14,63%)
Усечение связок	50 (46,7%)	79 (64,22%)
<b>Итого</b>	<b>107</b>	<b>123</b>

Большая доля редукции связок в текстах публицистического стиля объясняется тем, что конструкции, порожденные этим видом синтаксической редукции, являются узуальными и часто используются в речи. В научном

стиле редукция связок способствует точности и краткости, а также упрощению структуры предложения (что порой необходимо), но при этом сводит возможные неоднозначности к минимуму.

Узуальностью и возможностью легко восстановить имплицитные элементы смысла высказывания с помощью контекста и экстралингвистических знаний объясняется и относительно большая доля конструкций с усеченным признаком в публицистическом стиле. Для научного стиля подобное недопустимо, поэтому конструкции с усеченным признаком встречаются реже.

Узуальные эллиптические конструкции в целом встречаются довольно редко. Они характерны скорее для устной речи, поэтому в текстах публицистического стиля их можно найти только тогда, когда автор приводит длинную цитату (или ряд цитат).

Неожиданно большая доля конструкций с субъективизированным признаком объясняется тем, что в текстах научного стиля зачастую присутствуют слова, передающих количественные данные (*“few”*, *“many”* и т.п.). Кроме того, при субъективизации признака редуцированные элементы смысла восполняются их контекста без риска неоднозначностей. В текстах публицистического стиля субъективизация проявляется реже, так как она характерна скорее для устной речи (научный стиль можно назвать своеобразным исключением из этого правила).

Таким образом, были сделаны выводы об особенностях явления синтаксической редукции в публицистическом и научном стиле английского языка. Удалось выяснить, что это явление достаточно распространено.

Важной особенностью научного стиля является относительно низкий процент видов редукции, которые могут привести к появлению неоднозначностей. В публицистическом стиле данная проблема проявляется не столь ярко, поскольку неоднозначности в текстах публицистического стиля можно разрешить с помощью экстралингвистических знаний. Также

удалось выяснить, что усечение связок является самым распространенным видом редукции, что обусловлено узуальностью этого явления.

Тексты научного стиля оказались более подвержены редукции, что может быть связано с необходимостью как можно чаще использовать редукцию связок (иначе структура предложений получится неоправданно сложной).

### *Литература:*

1. Валгина Н.С. Активные процессы в современном русском языке: Учебное пособие. - М.: Логос, 2001. — 304 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook050/01/index.html>
2. Полянский А.Н. «Рекламный текст: Учебно-методический комплект по дисциплине» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://teachpro.ru/F244/Text/МДК.01.01-3.%20Рекламный%20текст.doc>;
3. Шарафутдинова Н.С. Теория и история лингвистической науки: Учебное пособие. - Ульяновск: УлГТУ, 2006. - 284 с.
3. Levy R., Jaeger T.F. Speakers optimize information density through syntactic reduction [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://idiom.ucsd.edu/~rlevy/papers/paper\\_info\\_density\\_optimize.pdf](http://idiom.ucsd.edu/~rlevy/papers/paper_info_density_optimize.pdf)

### **Исследуемые источники**

- статьи из электронного журнала The Economist. Режим доступа: <http://www.economist.com/>;
- статьи из электронной газеты Washington Times. Режим доступа: <http://www.washingtontimes.com/>;
- статьи из электронной газеты New York Times. Режим доступа: <http://www.nytimes.com/>;
- статьи с научного сайта Science Daily. Режим доступа: <http://www.sciencedaily.com>;
- статьи с научного сайта Science News. Режим доступа: <http://www.sciencenews.org>

## **Проблема локализации кинофильмов**

*Лазарева О. О.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

### ***Аннотация:***

*В представленных тезисах рассматривается специфика локализации кинофильмов. Даются разграничения понятий «перевод» и «локализация».*

Перевод кинолента имеет свою специфику, обусловленную сразу несколькими факторами. Прежде всего, он обладает одновременно признаками письменного и устного перевода. Дубляж фильма на выходном языке осуществляется, как правило, по заранее написанному сценарию. Сложность при этом состоит в том, что все диалоги должны сохранять стилистику устной речи. Перевод является лишь одним из этапов локализации. Локализация включает в себя несколько этапов, на которых перевод редактируют, изменяют и адаптируют для зрителей страны выходного языка. Вследствие чего нередко нарушается эквивалентность и адекватность перевода. Однако, теоретических работ по данному виду перевода в настоящее время крайне мало. Всё это и определяет актуальность данного исследования. В качестве объекта исследования рассматриваются два перевода кинофильма. Предметом исследования является процесс локализации и варианты решения трудностей, возникающих в ходе этого процесса, поэтому основной упор делается на анализ готовых переводов британского сериала.

Работая над переводом того или иного текста, всегда следует четко понимать, какой конечный результат должен быть достигнут: перевод или локализация. Эти понятия имеют принципиальное различие. В.Н. Комиссаров определяет перевод как замену текстового материала на одном языке эквивалентным текстовым материалом на другом языке. В.Горшкова отмечает, что «будучи ориентированным на оказание

художественно-эстетического воздействия и достижение коммуникативно-прагматического эффекта, перевод в кино представляет собой разновидность художественного перевода. Его цель Ю.Л.Оболенская определяет как «осуществление полноценной межъязыковой эстетической коммуникации путем интерпретации исходного текста, реализованной в новом тексте на другом языке». В фильм могут быть включены речь рассказчика, диалоги персонажей, которые могут объединять в себе черты разных функциональных стилей речи: разговорного, научного и т.д., что так же является одной из особенностей художественных текстов. Как и в художественной литературе здесь допускается употребление просторечных, диалектных слов и выражений и даже вульгаризмов. По мнению Г. Г. Слышкина, для кинотекста в большей степени, чем для обычного вербального текста, характерна вовлеченность в процесс межкультурной коммуникации.

Согласно определению Международной Ассоциации Стандартов Локализации LISA, локализация включает лингвистическую и культурную адаптацию продукта для того региона, страны и носителей культуры, в которой он будет реализован. В то время как перевод является лишь одной из подзадач локализации, помимо которого она включает решение многих других задач. Эсселинк Б. отмечает, что с точки зрения перевода локализация — это преимущественно, но не исключительно лингвистическая задача, которая включает в себя передачу текста наиболее естественным способом на языке перевода, т.е. так, чтобы сделать перевод «лингвистически и культурологически приемлемым» для рынка распространения товара. При локализации переводчик адаптирует текст, создавая лингвистический эквивалент, но не дословный перевод; учитывает культурный подтекст; изменяет форматы телефонных номеров, время/дату/единицы измерений, чтобы правильно отразить систему счета определенной культуры; оценивает и изменяет шутки, любые иллюстрации и графические изображения, которые не несут никакой смысловой нагрузки в целевой культуре. Например, когда

на экране появляется графический объект - встаёт вопрос о прагматической ценности данного элемента. Если у большинства аудитории фильма нет фоновых знаний о его значении, такой элемент эксплицируется.

Таким образом, локализация и перевод — не одно и то же; перевод — это подзадача локализации. Она заключается не в упрощении грамматического и лексического состава текста, а в приемах, направленных на облегчение восприятия чужих культурных реалий и языковых явлений. Текст перевода при этом не реферируется и не сокращается.

На первом этапе локализации над текстом работают переводчики, потом — укладчики, которые делают так, чтобы слова совпадали со смыканием губ героев. На этом этапе происходит частый сбой: если переводчик не учитывает особенностей каждого из языков, то укладчик вынужден урезать переведённый текст. Таким образом, пока текст перевода дойдёт до стадии озвучивания, он очень часто изменяется практически до неузнаваемости.

Наиболее сложным представляется перевод мультфильмов. Во-первых, потому что большую часть аудитории составляют дети, во-вторых, там очень много шуток — даже больше, чем в комедиях. Переводить шутки нужно особенно изобретательно, неперебиваемые попросту убирают из текста. Во всем, что касается игры слов, каламбуров, анекдотов, особых правил нет: для каждой ситуации нужно придумывать свое решение. Гораздо более трудная ситуация, чем неперебиваемые шутки, — появление еще одного (помимо оригинального) языка. Большую проблему для переводящего на русский язык составляет ситуация, когда в фильме появляется русский, ведь зрители не должны его понимать, как и любой другой иностранный язык.

Иногда, чтобы добиться эффекта полного присутствия в фильме, переводят все попадающие в кадр надписи (вплоть до газетных заголовков). Но здесь встаёт материальный вопрос: графика стоит больших денег. В таком случае производитель фильма прибегает к так называемой графике без букв (англ. *textless*), куда постфактум накладывают надписи на всех языках. Очень часто надписи просто озвучиваются, а в некоторых случаях их вовсе



не переводят. Однако, помимо решения лингвистических задач в локализацию входят и многие другие. Например, в ситуации с озвучиванием персонажей знаменитостями, когда потерю голливудских знаменитостей необходимо компенсировать голосами людей известных местному зрителю. Но поскольку данные аспекты не связаны с переводом, мы не будем на них останавливаться.

Итак, подведём итоги. Первым шагом при локализации является анализ всего кинопроизведения, поскольку оценка особенностей речи персонажей, социального и культурологического контекста необходима для выполнения адекватного перевода, как кинофильма в целом, так и его названия. Перевод является первым этапом локализации. Специфические особенности киноперевода не меняют сущности переводческого процесса и его общелингвистической основы. Любой вид перевода остается прежде всего переводом со всеми его особенностями, определяемыми соотношением языков. Особую сложность представляет перевод юмора и забавных ситуаций. Игру слов, как правило, опускают или компенсируют, обыгрывая другое слово в высказывании.

Так же к проблемам локализации относят перевод надписей и графических объектов, появляющихся в кадре. К ним относятся: даты, подписи, заголовки газет, названия улиц, заведений и т.д. Для решения этой проблемы существует несколько подходов: очень часто надписи просто озвучивают, но когда это возможно и необходимо, в перевод переносят и шрифт, которым выполнены эти надписи. Те графические объекты, которые не оказывают необходимого воздействия на «усредненного» зрителя, как правило, опускаются.

Специфика локализации кинофильмов заключается и в способах озвучивания. Точность перевода картины особенно страдает при дубляже, когда готовый перевод фильма поступает к так называемому укладчику, который его переделывает, пытаясь уложить под артикуляцию героев и сохранить тем самым принцип эквивалентности длины. Фразы языка

оригинала и перевода часто не совпадают, поэтому укладчик вынужден подбирать другие, сокращая длину фраз, как правило – в ущерб смыслу.

Перевод кинофильмов является особой разновидностью перевода, обладающей рядом особенностей и трудностей, описанных в данной работе. При переводе фильмов переводчику необходимо учитывать жанровые характеристики фильма, особенности характера героев, особенности лексики участников фильма, особенности перевода диалогической и монологической речи. Также при локализации следует учитывать социальные факторы, без их учёта перевод будет низкокачественным: потенциальную аудиторию, возраст зрителя и время выхода фильма в эфир.

## **Инверсия как носитель эмоционального заряда в английском языке**

*Мугина М.Н.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

### ***Аннотация:***

*Данная работа посвящена рассмотрению таких явлений в английском языке, как экспрессия, средства ее выражения, а именно – инверсия. В условиях развития современной лингвистики очень популярным стало направление изучения языка с точки зрения его воздействия на читателя/слушателя. В связи с этим инверсия становится одним из актуальных явлений, которое требует дополнительного исследования.*

Главной целью данной работы является рассмотрение особенностей употребления инверсии в художественном и публицистическом стилях.

В качестве объекта исследования рассматривается инверсия в художественном и публицистическом стилях.

Инверсия (лат. *inversio* — перестановка, переворачивание) - расположение членов предложения в особом порядке, нарушающем обычный (прямой) порядок, с целью усилить выразительность речи. Инверсия связана

не только с изменением положения соотнесительных членов предложения между ними, но и с местом слова в предложении. В наиболее выигрышном положении оказывается тот член предложения, который выносится в его начало (если только это место не является для него обычным) или, наоборот, отодвигается в конец предложения, особенно если в абсолютном конце предложения сообщается нечто новое. Инверсия широко используется в языке художественной литературы как выразительное стилистическое средство.

Споры о «нормальном, нейтральном, не эмфатическом» и «ненормальном, особом, эмфатическом» (термины И.Р. Гальперина) порядке слов всегда не давали покоя стилистам и лингвистам. Проблема местоположения членов предложения (куда входит и проблема инверсии) исследуется учеными с момента зарождения науки «риторики». Сначала порядок слов - «общепринятый» просто фиксировался, затем грамматика стала рассматривать связи между членами предложения - «синтаксические отношения членов предложения», а уже затем стилистика, как наука обо всем выразительном, окрашенном, выдвинутом, стала рассматривать «отклонения от общепринятого» и определять их назначение в речи.

Инверсия, будучи «отклонением от нормы», как раз и входит в предмет изучения стилистики. Стилистика рассматривает её эффект в речи. Грамматика также рассматривает инверсию, в свою очередь, как нарушение грамматических правил строения предложения. Грамматика описывает какой из членов предложения «выдвинут, выделен», а стилистика, какой эффект даст выдвигание именно этого члена предложения.

Инверсия выполняет прагматическую, грамматическую и эмоционально-оценочную функции в речи.

При изменении привычного (то есть грамматического) строя порядка слов, воспринимающая сторона (адресат, слушатель) получает сигнал, он выделяет это высказывание или предложение, так как оно отличается,

выдается из ряда однородных, «серых» высказываний. То есть инверсия начинает выполнять уже другие функции, свойственные ей.

Для исследования особенностей употребления инверсии были выбраны художественный и публицистический стили, поскольку, подразумевается, что данные стили содержат достаточно материала, который сможет продемонстрировать в полной мере все характерные особенности исследуемых единиц.

Были исследованы следующие аспекты употребления инверсии:

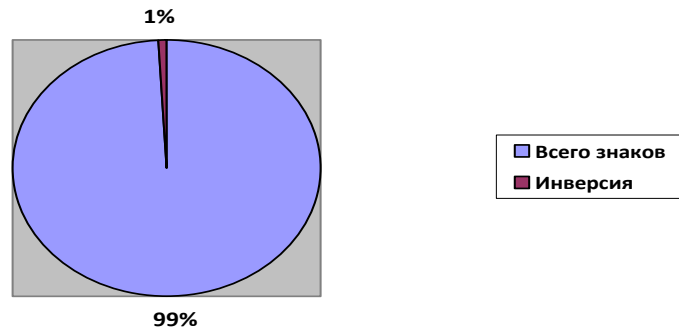
- частотность употребления инверсии;
- выявление самых частотных конструкций построения инверсии.

Для решения поставленной задачи были выбраны следующие художественные произведения:

- Robinson Crusoe, by Daniel Defoe;
- Ivanhoe, by Walter Scott;
- The Beasts of Tarzan, by Edgar Rice Burroughs;
- Nada the Lily, by H. Rider Haggard;
- Montezuma's Daughter, by H. Rider Haggard.

Для исследования в области публицистического стиля были взяты статьи с электронной газеты The New York Times (<http://www.nytimes.com/>).

Для выяснения основных особенностей употребления инверсии в художественном стиле речи было исследовано текстов размерностью примерно 2 870 000 знаков и было обнаружено примерно 20 000 знаков со случаями употребления инверсии. Наглядно это продемонстрировано на диаграмме 1.



### Диаграмма 1

Процент употребления инверсии в текстах художественной литературы

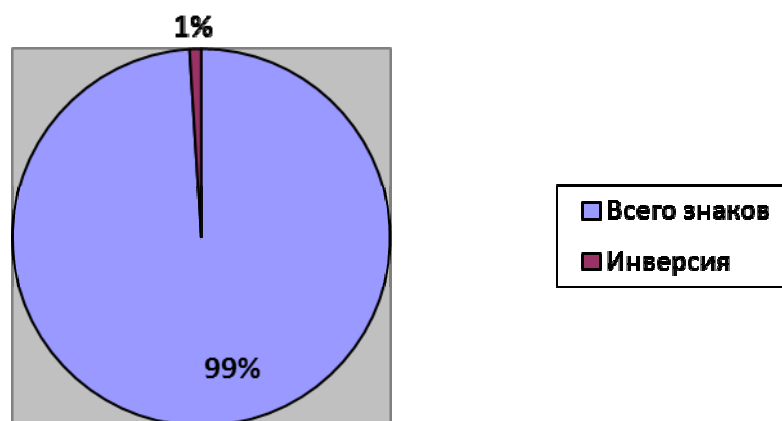
Например: *No sooner had I stepped to ground, than I plainly saw it was a terrible earthquake.* – *Едва я ступил на землю, как понял что началось ужасное землетрясение.* (Robinson Crusoe, by Daniel Defoe). *No sooner was I out of their sight than they dropped down one by one into the corn again.* – *Как только я пропал из их вида, как они один за другим снова повалились в кукурузу.* (Robinson Crusoe, by Daniel Defoe).

В ходе исследования было выяснено, что самые частотные случаи употребления инверсии – конструкции «No sooner... than» и «Never (before)...».

Например: *Never shall I forget his face as he went turning round and round.* – *Никогда мне не забыть выражение его лица, когда он шел, оборачиваясь снова и снова.* (Ivanhoe, by Walter Scott).

Для выяснения основных особенностей употребления инверсии в публицистическом стиле речи было исследовано текстов размерностью примерно 1 000 000 знаков и было обнаружено примерно 9 000 знаков со случаями употребления инверсии.

Наглядно это продемонстрировано на диаграмме 2:



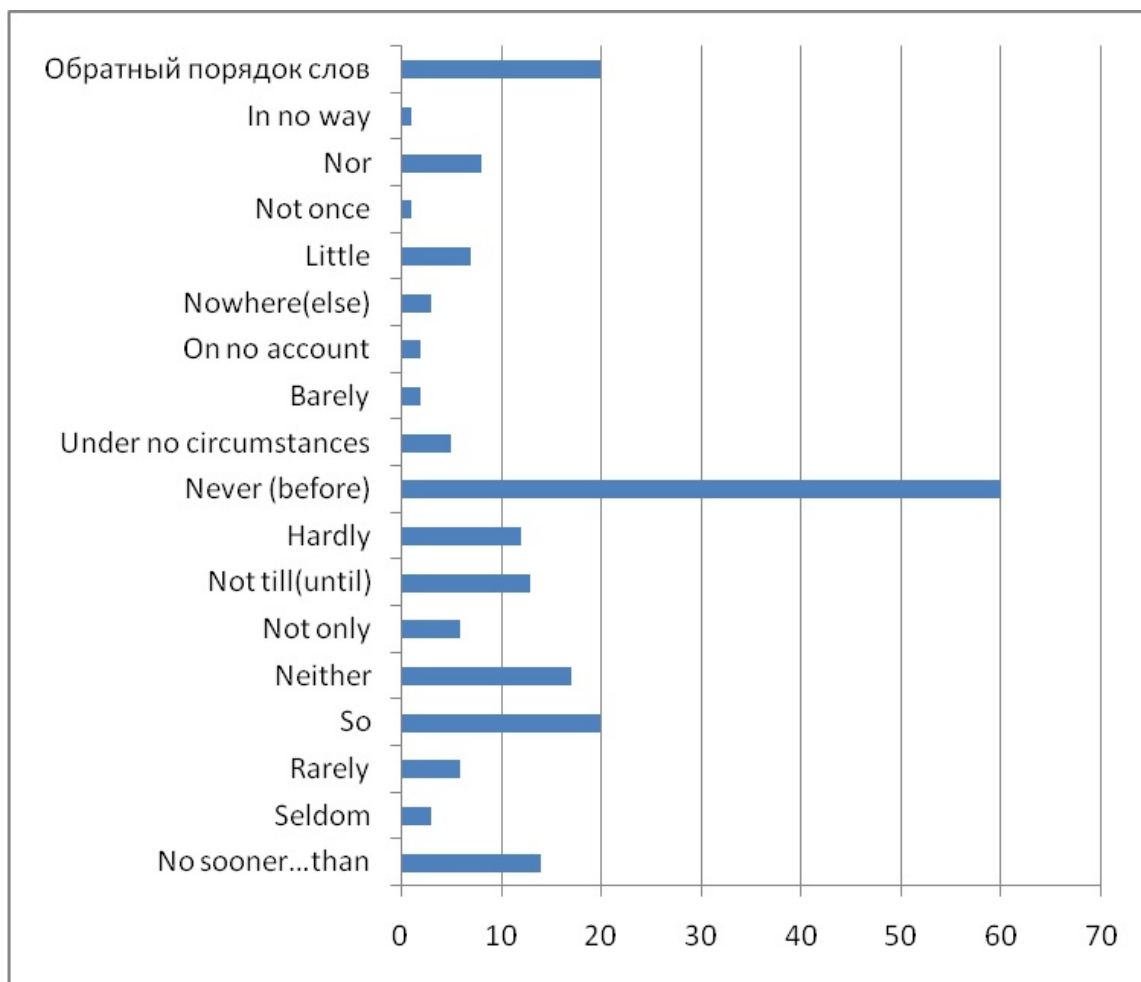
## Диаграмма 2

Процент употребления инверсии в текстах публицистического стиля

Например: *Mr. Cuomo insisted that under no circumstances would he consider backing the extension of the surcharge.* – Мистер Куомо настаивал, что ни при каких обстоятельствах он не будет поддерживать повышение цен. (Despite Protests, Cuomo Says He Will Not Extend a Tax Surcharge on Top Earners; <http://www.nytimes.com>).

Из проведенных исследований можно сделать вывод, что самую частотную конструкцию инверсии в публицистической литературе выделить нельзя. Все случаи инверсии разнообразны и различны. Например: *Hardly had he finished his lunch when someone knocked at the door.* - Едва закончил он обедать, как кто-то постучал в дверь. (Tending a Bar Between the Tracks; <http://www.nytimes.com>). *Up went the national flag as the president pressed the button.* - Государственный флаг поднялся, когда президент нажал на кнопку. (Looking at New York as a Target; <http://www.nytimes.com>).

Процентное соотношение употребления каждой конструкции инверсии изображено на диаграмме 3:



**Диаграмма 3.** Соотношение всех конструкций с инверсией

Проведя анализ употребления инверсии в двух стилях речи (художественный и публицистический), можно сделать следующие выводы:

1. Содержание в каждом из двух стилей речи случаев с инверсией примерно одинаково. Это изображено на диаграммах 1 и 2.
2. В художественном стиле можно выделить самые частотные конструкции образования инверсии, чего нельзя сделать в публицистическом.
3. Анализ показал, что инверсия – частое явления в текстах данных стилей речи. Благодаря употреблению инверсии текст становится более эмфатичным и эмоциональным, а следовательно, более эффективно воздействует на читателя и более точно выражает авторскую точку зрения.

## Особенности передачи комического эффекта при переводе произведения

### А. Милна “Винни-Пух и все-все-все”

Павловская Е.А.

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

#### **Аннотация:**

*В настоящих тезисах рассматриваются результаты исследования по сопоставительному описанию системы коммуникативно-прагматических средств создания комического эффекта в оригинальном произведении А.Милна «Винни-Пух и все-все-все» и текстах его перевода.*

Переводоведение как наука о переводе уже с самого момента своего зарождения было неразрывно связано с проблемами стилистики, так как переводчика всегда интересовала не только логическая суть текста на иностранном языке, но и ее конкретное воплощение, оформление, способ концептуально-экспрессивного выражения сообщения того или иного характера на родном языке.

Как известно, вопросы адекватного отражения в переводе языковых стилистических средств, а также сохранения стиля в переводе, всегда были самыми трудными и дискуссионными. Одной из проблемных областей является перевод текстов, насыщенных комическими оборотами и их адекватное отражение в тексте перевода.

Особым значением в комических текстах обладает национальный юмор, который, как правило, очерчен территориальными границами стран и регионов и национальной принадлежностью человека. Человек осваивает национальный юмор, впитывает его из культуры страны, в которой он проживает, и инокультурных переводных текстов, в последних очерчивается необходимость передать не только форму, но и содержание со всем многообразием заключенных в нем смыслов при обязательном условии сохранения этих смыслов. По этому поводу Л.Л. Нелюбин замечает, что



поскольку перевод - это «преобразование исходного текста при сохранении смысла», то переводчику необходимо попытаться найти «эквивалентные формы выражения определенного смысла» в другом языке» (Нелюбин 2003, с. 38).

Актуальность исследования обусловлена необходимостью разработки эффективных переводческих методик, обеспечивающих глубинное проникновение в национально обусловленные смыслы оригинальных литературных произведений и, таким образом, способствующих постижению приоритетов народа сквозь призму его художественной культуры. Явная недостаточность исследований в области межъязыковых лингвопрагматических соответствий влияет на качество перевода и адекватность отражения этноязыковой картины мира.

Целью данной работы является сопоставительное описание системы коммуникативно-прагматических средств создания комического эффекта в оригинальном и текстах перевода произведения А.Милна «Винни-Пух и все-все-все».

Для достижения поставленной цели решаются следующие **задачи**:

- рассмотреть и уточнить понятие комизма как эстетической категории
- рассмотреть языковые способы и приемы выражения комического
- выявить специфические авторские средства создания комического эффекта
- выделить и сопоставить субъективно-комическое в тексте оригинала и в тексте перевода
- проанализировать и систематизировать смысловоспроизводящие приемы при переводе комических оборотов

**Объектом** исследования является детское прозаическое произведение А. Милна «Винни-Пух и все-все-все» (A. Milne “Winnie-The-Pooh and All, All, All”), а также его перевод на русский язык Б. Заходера и перевод на немецкий язык Гарри Ровольта (Harry Rowholt “Pu der Bär”).

**Предметом** исследования являются языковые особенности передачи комического эффекта в тексте оригинала и в его переводах на русский и немецкий языки.

**Материалом** для исследования послужили:

- произведение английского писателя А. Милна «Вини-Пух и все-все-все» Milne A. Winnie-the-Pooh- 1926.
- перевод произведения на русский язык Б.Заходера: Милн А. Вини-Пух и все-все-все/пер. Б.Заходера – М., 1992, с. 237
- перевод произведения на немецкий язык Гарри Ровольта Milne A. Pu der Bär/ Übersetzung von Harry Rowohlt – 1996.

**Теоретическими основами** работы послужили труды идеи, развиваемые М.М. Бахтиным, Ю.Б. Боревым, А.В. Дмитриевым, В.Я. Проппом, М.Л. Рюминой, Б. Дземедоком, А. Бергсоном, К. Девисом, И.В. Арнольд, Л.Г. Кайда, В.В. Виноградов, В.Н. Телия, В.Н. Комиссаровым, Л.С. Бархударовым, Д.А. Штелинг, В.С. Виноградов, Н.К. Гарбовский, В.Г. Гак, Е.В. Бреусом, Ю.Найда, А.В. Федоров, А.Д. Швейцер, И.Я. Рецкер, Дж. Кэтфордом и др.

Сказка представляет значительный интерес в плане выявления и анализа лингвостилистических средств выражения комического, изучения роли комического, закономерностей его функционирования в сказочном тексте.

Построение комического текста осуществляется на основе использования речевых приёмов, намеренного разрушения стилистических, словообразовательных, морфологических и синтаксических норм. Эти нарушения порождают комический эффект из-за их потенциальной обусловленности и мотивированности, обеспечивающей создание намеренного комического эффекта.

Специфические черты, формирующие комический потенциал литературной сказки для детей, отражают следующие характеристики речевого поведения детей:

- речевая креативность, включение в речь игровых элементов;
- тенденция к буквализации значений;
- речевые ошибки, нестандартное использование речевых клише;
- нарушение логики;
- неумелое копирование речи взрослых;

Язык и стиль сказочного текста значительно отличаются от других жанров детской литературы. Комическое в тексте сказки характеризуется двуплановостью, т.к. сказка рассчитана и на детей, и на взрослых. Дети и взрослые по-разному интерпретируют комические элементы сказочного текста, поскольку понимание текста происходит в результате «погружения» его смысла в субъективный социальный опыт. Об этом свидетельствует и типичное для детской сказки натуралистическое воспроизведение внешних эффектов процесса общения, широкое использование ономастопеи.

Модус «фиктивности», определяющий динамику сказочного сюжета, допускает не только фантастическое, далёкое от реальности развитие сюжета, но и своеобразное манипулирование языковыми ресурсами.

Языковая игра как особая стратегия экспрессивизации речи используется для порождения комического эффекта на основе осознанного нарушения функционально-семантических закономерностей использования языковых форм.

В процессе исследования были выявлены наиболее характерные разновидности лингвостилистических приемов, используемые для достижения комического эффекта в тексте сказок: ономастопея, ассонанс, аллитерация, нарушения норм письменной речи, каламбуры, алогизмы, пародия, парафраза, авторские окказионализмы. Характерные «сигналы» комического в тексте детской сказки наиболее ярко проявляются на следующих языковых уровнях: фонетическом, графическом, лексико-семантическом.

Причины трудностей перевода языковых приемов являются несовпадение семантических структур слов в разных языках, несовпадение коннотативных компонентов их значений, несовпадение объема фоновых знаний у носителей разных языков. При выборе языкового средства в переводе не исключено искажение коммуникативного намерения и привнесение в текст перевода смыслов, отражающих переводческую субъективность и отличных от смыслов, присутствующих в оригинале.

Для перевода важна полноценность, или адекватность, чтобы сохранить комический замысел оригинала. Полноценность перевода состоит в передаче специфического для подлинника соотношения содержания и формы путём воспроизведения особенностей последней или создания функциональных соответствий этим особенностям.

### **Сравнительный анализ эксплицитных и имплицитных способов выражения интенции просьбы**

*Пушкарева А.А.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

#### ***Аннотация:***

*Целью данной работы является рассмотреть эксплицитные и имплицитные способы выражения просьбы в английском языке. В ходе работы выявляются различия между имплицитным и эксплицитным способами выражения смысла, приводятся различные классификации и примеры. Объект исследования – высказывание на английском языке, выражающее интенцию просьбы – изучается на предмет эксплицитности либо имплицитности на трех уровнях: лексическом, синтаксическом и семантическом. Практическая часть работы представляет собой анализ англоязычных текстов двух функциональных стилей – художественного и*

официально делового – и содержащихся в них высказываний, выражающих интенцию просьбы различными способами. Выводы были сделаны после рассмотрения около 200 примеров обоих стилей.

Актуальность данной работы заключается в том, что «исследований, охватывающих проблему имплицитного содержания речи во всей ее полноте, или хотя бы намечающих синтез различных аспектов этой проблемы, еще очень мало» (1).

Наиболее прямым и явным способом выражения интенции просьбы в английском языке является повелительное наклонение. Однако для придания речи вежливости используются имплицитные способы, например, специальные вежливые слова (*please, be so kind*) или перформативные глаголы (*to order, to invite, to let, to allow*). Дж. Д. МакКоли в своей статье определяется перформативный глагол как «глагол, описывающий характер отношения, которое устанавливается данным высказыванием между говорящим и адресатом высказывания» (2).

Что же касается синтаксиса, то в статье «Прагматика модальности. Английский язык» (3) говорится о четырёх типах выражения директивности в английском языке:

- грамматические формы повелительного наклонения;
- речевое клише или средства, приобретающие иллокутивную силу директива в силу конвенций употребления (высказывания с модальными глаголами (*Could you read it for me?*), глаголами в изъявительном наклонении (*You will do what you are told*), междометные, именные, наречные односоставные предложения (*Out! Forward! Fire! Off with his head!*), фразеологизованные выражения (*will you be so kind, do you mind*));
- неконвенциональные средства, иллокутивная сила которых реализуется в конкретном контексте (например, «*It's cold outside*» может звучать как совет одеться потеплее);

- оптативные высказывания, выполняющие функцию косвенного побуждения в директивных речевых актах совета, просьбы, рекомендации.

По мнению И.Б. Шатуновского, существуют разные способы имплицитного выражения смысла. О них он пишет в своей статье «Шесть способов косвенного выражения смысла» (4):

- косвенные речевые акты (когда высказывание имеет производный смысл и производную, вторичную иллокутивную силу);
- компрессированные цепочки речевых актов (некоторые звенья дискурса опущены и должны быть восстановлены исходя из наличного высказывания для того, чтобы сделать дискурс осмысленным);
- потенциально компрессированные цепочки речевых актов (компрессированные цепочки речевых актов, содержащие некоторое опущенное дискурсивное звено);
- намеки;
- двусмысленные высказывания;
- иронические высказывания.

Итак, За основу было взято несколько текста двух функциональных стилей – художественного и официально делового. Было проведено сравнение различных средств выражения просьбы.

Первым критерием выступило использование модальных глаголов (см. диаграмма 1).

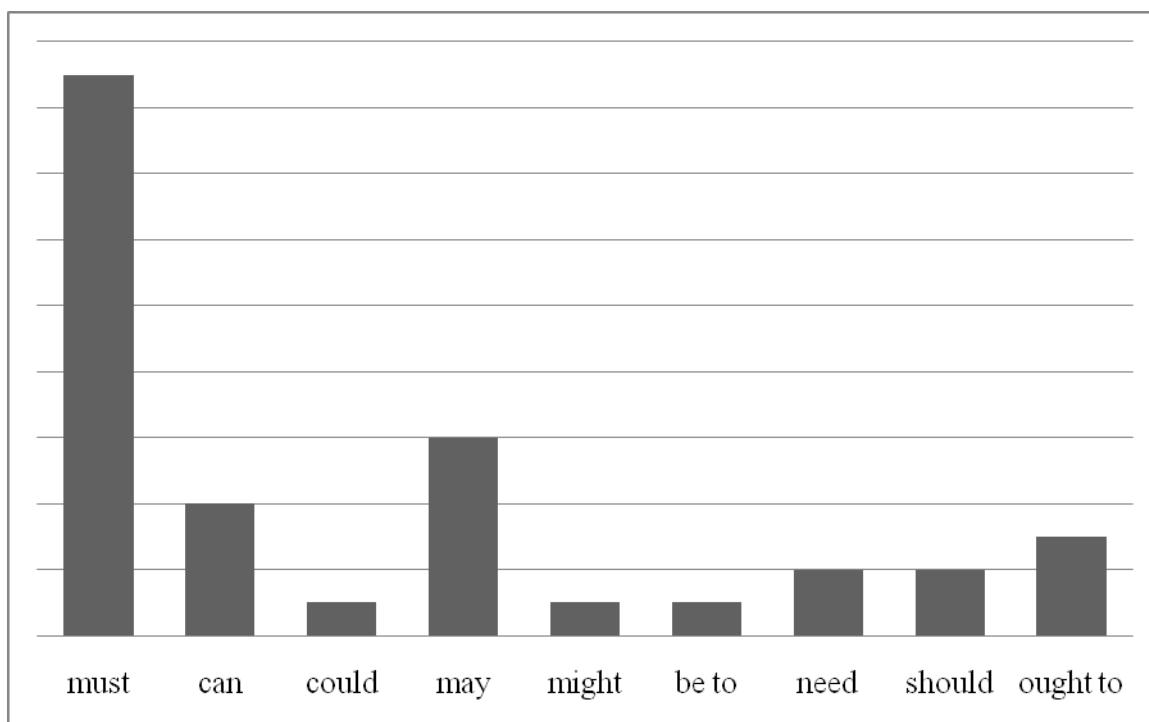


Диаграмма 1.

Частота употребления модальных глаголов в просьбах  
(художественный стиль)

Самыми частотными модальными глаголами в художественном стиле оказались глаголы *must* и *may*, наименее частотными – *might*, *could* и *be to*. В официально-деловом стиле не встретилось ни одного модального глагола, что объясняется тем, что лон стремится абстрагироваться от выражения какого-либо отношения. Что касается перформативных глаголов, то они наблюдаются также в художественном стиле ("*I entreat you, dear Lizzy, not to pain me by thinking that person to blame*" – Умоляю тебя, дорогая Лиззи, не делай мне больно, считая этого человека виноватым).

Кроме того, в обоих стилях встречаются характерные лексические единицы: *to let sb do sth*, *pray*, *hope*, *insist*, *please*, *for Heaven's sake* – в художественном стиле, *please*, *hope*, *look forward to*, *request*, *allow*, *it is advised that*, *it is important that* – в официально-деловом.

Также были рассмотрены соотношения видов предложения по цели высказывания (см. диаграммы 2, 3).

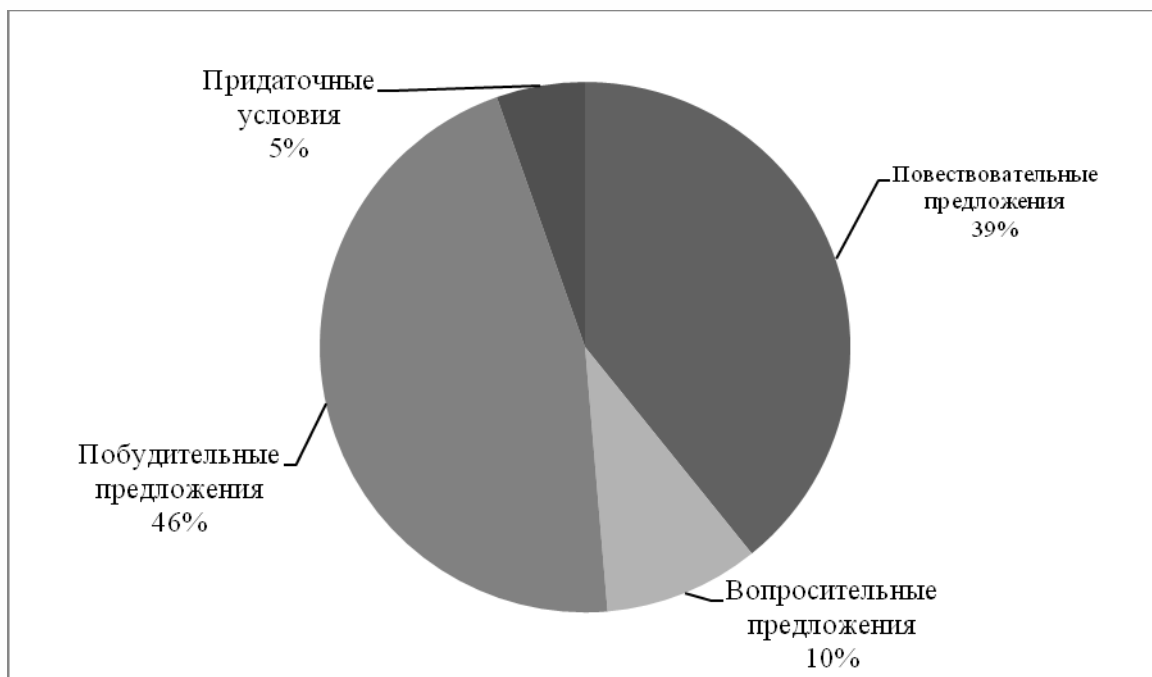


Диаграмма 2.  
Соотношение различных типов синтаксических конструкций  
(художественный стиль)

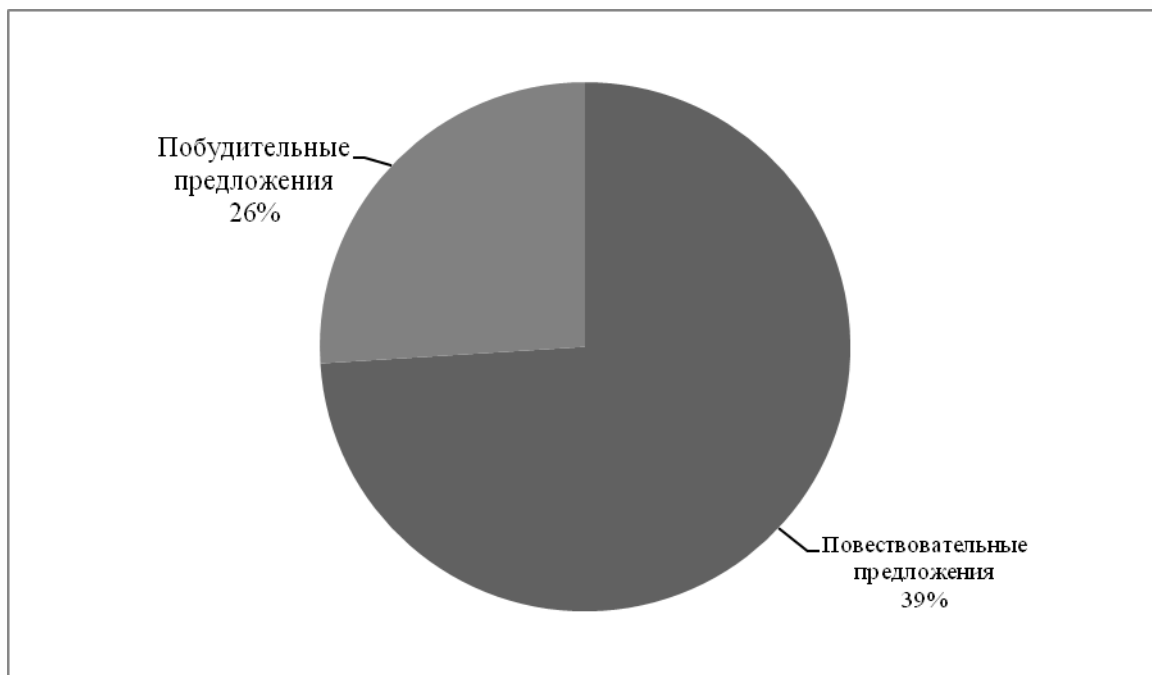


Диаграмма 3.  
Соотношение различных типов синтаксических конструкций  
(официально-деловой стиль)



Наиболее частотный вариант для художественного стиля – это побудительные предложения, но повествовательные лишь немного им уступают, присутствуют также некоторые другие типы. В отличие от художественного стиля, в официально-деловом не наблюдается такого разнообразия конструкций – встречаются только побудительные и повествовательные.

В анализе способов выражение смысла (семантики), то также можно наблюдать большее разнообразие структур в художественном стиле (см. диаграммы 4-7).

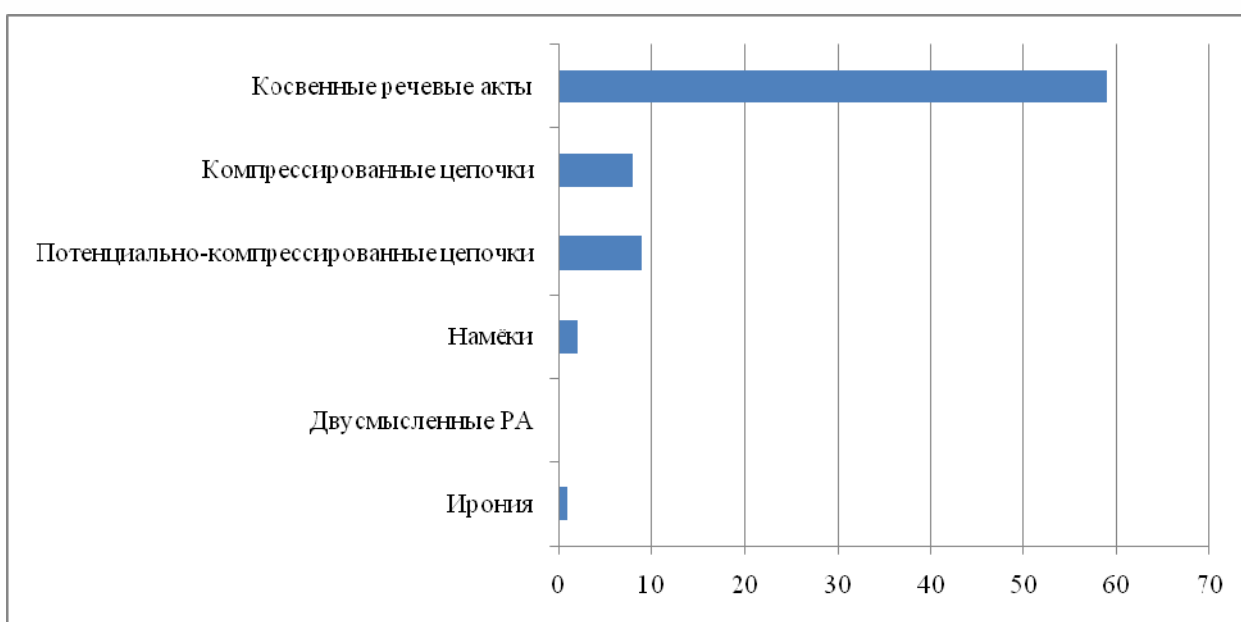


Диаграмма 4.

Соотношения имплицитных способов выражения смысла  
(художественный стиль)

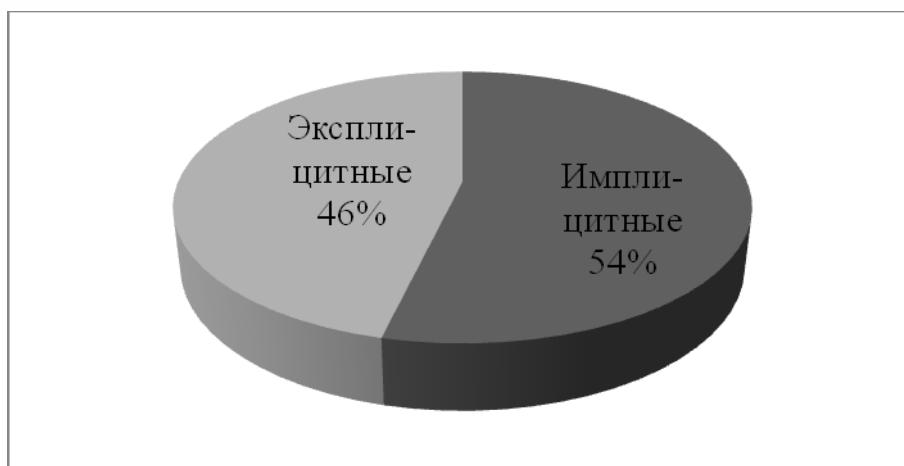


Диаграмма 5.

Соотношение имплицитных и эксплицитных высказываний  
(художественный стиль)

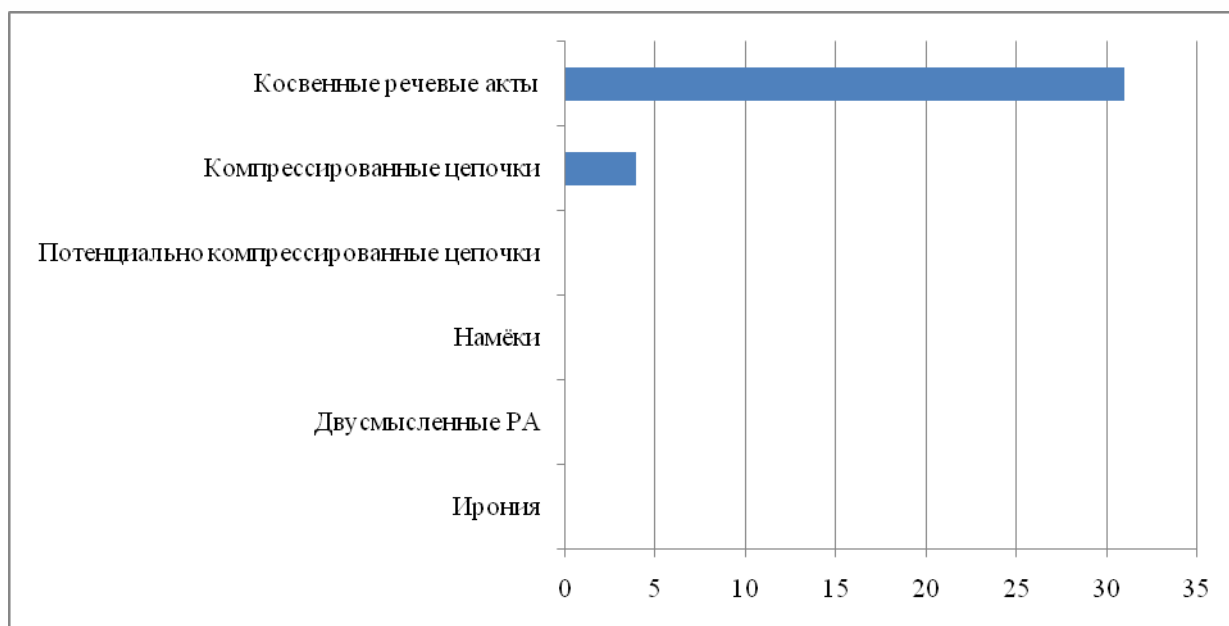


Диаграмма 6.

Соотношения имплицитных способов выражения смысла  
(официально-деловой стиль)

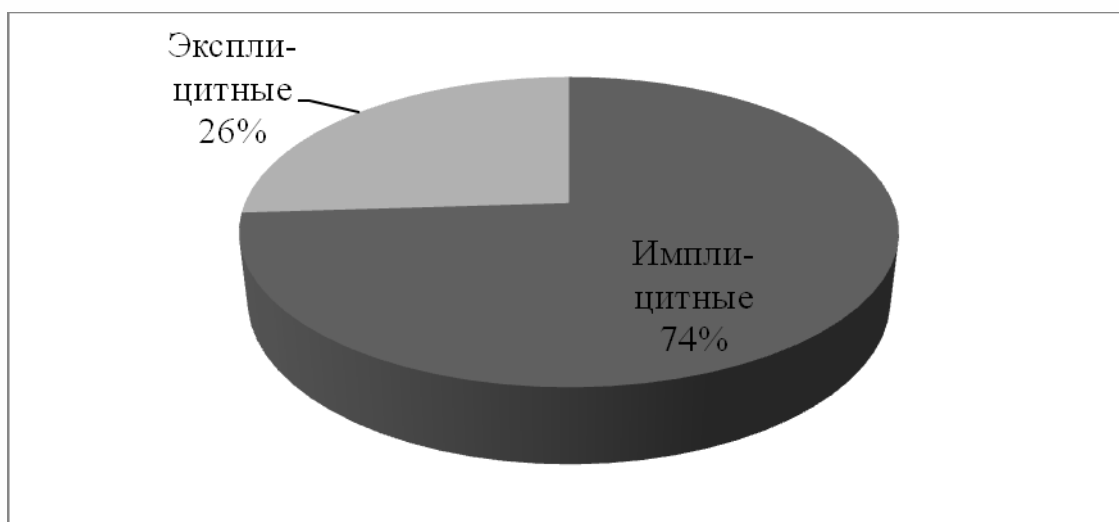


Диаграмма 7.

Соотношение имплицитных и эксплицитных высказываний  
(официально-деловой стиль)

В обоих стилях преобладают косвенные речевые акты, в художественном стиле количество компрессированных и потенциально компрессированных цепочек речевых актов примерно совпадает, двусмысленные высказывания не встретились вообще; в официально-деловом стиле изредка можно встретить компрессированные цепочки речевых актов, более сложные же семантические структуры не наблюдаются.

Что касается соотношения имплицитных и эксплицитных высказываний, то имплицитные преобладают как в художественном, так и в официально-деловом стиле. Представляется, что это связано со стремлением к наиболее вежливой форме, что очень свойственно английскому языку в целом.

Наличие в речи имплицитных высказываний опровергает утверждение о том, что смысл предложения – это сумма смыслов входящих в него слов. По мнению Черкасовой Е.В. «выводной смысл высказывания составляет неотъемлемую часть общего смысла текста, определяет связность высказываний в тексте и, в случаях перифрастической номинации, оказывается прагматически более значимым, чем ассертивный смысл высказывания» (5).

Стоит отметить, что наличие в речи такого большого количества имплицитных высказываний, как ни что другое, показывает сложность структуры семантики языка. И только благодаря когнитивным процессам, происходящим в его сознании, интонации, способности к построению умозаключений, лингвистическому опыту, а иногда и интуиции, можно понять истинный смысл таких высказываний.

#### *Литература:*

1. Фёдорова М.А. Имплицитные способы выражения отрицания и их стилистическая значимость [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://frgf.utmn.ru/mag/23/70>
2. Дж. Д. МакКоли. О месте семантики в грамматике языка. Грамматическое лицо и перформативные глаголы [Электронный ресурс]. Режим доступа:

[http://www.classes.ru/grammar/155.new-in-linguistics-10/source/worddocuments/\\_18.htm](http://www.classes.ru/grammar/155.new-in-linguistics-10/source/worddocuments/_18.htm)

3. Прагматика модальности. Английский язык [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/3.pdf>
4. Шатуновский И.Б. 6 способов косвенного выражения смысла [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2004/Shatunovskij.htm>
5. Черкасова Е.В. Структура и прагматика инференциального смысла высказываний (на материале английского языка).

### **Способы перевода слов – кванторов на материале немецкого языка**

*Захарова В.И.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

#### ***Аннотация:***

*В настоящих тезисах рассматриваются результаты исследования, проведенного в рамках переводоведения, по анализу способов перевода слов-кванторов.*

Кванторами называются лексические единицы, отражающие количественные характеристики качественных слов. Выбор такого объекта исследования объясняется тем, что описанию кванторов уделено гораздо меньше внимания. В основном изучались синтетические и аналитические формы степеней сравнения (Ю.Л. Воротников, Н.А. Еськова, И.К. Калинина). Другим средствам реализации категории компаративности было посвящено сравнительно небольшое количество работ (Е. Кржижкова, И.В. Червенкова). Слова-кванторы в немецком языке еще не становились самостоятельным объектом лингвистического исследования. Таким образом, довольно большой пласт языковых единиц является недостаточно исследованным, что

открывает возможности для дальнейшей работы в этой области и обуславливает **актуальность темы**.

В качестве объекта исследования рассматриваются слово – кванторы, а предметом исследования является их перевод.

Материалом для исследования послужили переводы романа Эриха Марии Ремарка «Три товарища». Тексты романа "Три товарища" в переводе И. Шрайбера, Л. Яковленко (Ш) и Г. Бергельсона (Б), где было выявлено и проанализировано 200 слов – кванторов.

Кванторами называются слова, указывающие на степень проявления качественного признака. Его синонимами являются градатор, интенсив, квант, интенсификатор, квалификатор. Кванторы являются чрезвычайно часто употребляемым средством. Широта их распространения объясняется тем, что кванторы во многих случаях компенсируют функционально – семантическую недостаточность парадигмы степеней сравнения прилагательных. Кванторы представляют собой универсальное средство градуирования значения качественного признака, так как они могут вступать в сочетания с любыми словами, содержащими качественную сему. Значения, выражаемые кванторами, крайне разнообразны. Употребляя их, субъект речи может привлечь внимание аудитории к некоторому объекту, описать свою позицию по отношению к нему, выразить свою оценку данного явления. Выделяют:

*Общие кванторы.* Они указывают на отклонения степени качества от нормы его количественного проявления и не содержат в своей семантической структуре дополнительных коннотативных элементов. В силу своей стилистической нейтральности они являются наиболее универсальными и общеупотребительными. Общие кванторы делятся на общие интенсификаторы (**tief (zutiefst), dick, fest, stark, direkt, gerade, einfach**), общие деинтенсификаторы и маркеры предельной степени качества.

Um diese Zeit kamen *immer schon ein paar* Wagen vorbei, die tanken wollten.

(Ш) Всегда в это время уже подъезжали заправляться первые машины.

(Б) В это время первые машины уже приезжали на заправку

*Общие деинтенсификаторы.* Предполагается указание на пониженную степень качества по сравнению с нормой его количественного проявления, независимо от того, соответствует ли данный факт объективной действительности, или служит реализации прагматических интенций говорящего. Примерами являются **ein wenig, ein bisschen, etwas, kaum, leicht.**

«Je weniger Selbstgefühl ein Mensch hat, um *so mehr* ist er wert, Robby. Tröstet dich das *ein bisschen*?»

(Ш) - Чем меньше человек заботится о своем душевном состоянии, тем большего он стоит, Робби. Это тебя хоть немного утешает?

Чем меньше у человека самолюбия, Робби, тем большего он стоит. Тебя это утешает?

*Общие маркеры предельной степени качества.* Маркеры предельной степени качества выражают максимально высокую или максимально низкую степень признака (**keineswegs (keinesfalls), gar keine, gar nicht, nicht im mindesten, absolut, höchst, acusserst, durchaus, rein, glatt**).

So schlimm war das doch *gar nicht*.

(Ш) Ведь в этом же не было ничего дурного.

(Б) Не так уж это было страшно.

*Кванторы с оценочным значением.* Кванторы с оценочным значением выражают не только степень проявления признака, но и то, является ли данное качество желательным или нежелательным, положительным или отрицательным с точки зрения оценивающего субъекта. (**ungeheuerlich, ungeheuer, grässlich, infernalisches, höllisch, unselig, bestialisch, dämonisch, heillos, gottlos, unheimlich,**)

Sie hielt sich *mühsam* aufrecht.

(Ш) Она с трудом сохраняла равновесие.

(Б) Она едва удерживалась в вертикальном положении.

*Эмоциональные суперлативы.* Эти кванторы не выражают позицию субъекта по отношению к некоторому качеству или его оценку, а указывают на крайне высокую степень реализации данного признака и связанные с этим эмоции субъекта. Например, **kohlrabenschwarz, phantastisch groß, jämmerlich ausgetreten, verdammt sonderbar, wahnsinnig jung, höllisch gescheiten.**

«Was, *wahrhaftig?*»

(Ш) - В самом деле? Правда?

(Б) - Да что вы! В самом деле?

*Образные кванторы.* Употребляя их, субъект речи стремится вызвать у адресата ассоциацию со степенью проявления названного качества в некотором объекте, в котором оно, по мнению говорящего, представлено в наивысшей степени. **klinisch sauber - sauber wie in einer Klinik, priesterlich rein - rein wie ein Priester, kindlich offen - offen wie ein Kind, brüderlich ähnlich - ähnlich wie Brüder.**

Ich war auf eine geradezu *kindische Weise* enttäuscht.

(Ш) Я расстроился, как ребенок.

(Б) Я был разочарован прямо таки как ребенок.

Результаты исследования показывают, что кванторы являются очень употребительными. Практически в каждом предложении используется тот или иной вид квантора. Наиболее употребительными являются общие интенсификаторы которые является нейтральными и прагматические кванторы, которые выражают помимо степень признака, но так же и отношение говорящего к данному объекту, действию или явления. Менее употребительными являются образные кванторы, так как они являются менее узуальными и создаются автором для конкретного явления и используются для повышения образности высказывания. Наиболее употребительными общими интенсификаторами являются *gut, schon, immer*, общим деинтенсификатором *ein bisschen*, прагматическими *etwas fast*. Перевод эмоциональных суперлативов и кванторов с оценочным значением зависит

от субъективного отношения говорящего. Варианты этих кванторов крайне разнообразны. А так же хотите ли вы придать положительную или отрицательную оценку высказыванию. Так же перевод кванторов зависит от контекста, они могут быть переведены в не в свойственным им значением. Для перевода кванторных слов в основном используется метод модуляции.

### *Литература:*

1. Васильева Н.А. Кванторы как средство модификации значения качественных слов в современном немецком языке. Функционально-семантический и прагматический аспекты Диссертация на соискание ученой степени канд. фил. наук. СПб: 2004. – 204с.
2. Иванова О.О. Из препозитивной лексики в интенсификаторы.// Переходные явления в области лексики и фразеологии русского и других славянских языков: Материалы Международного научного симпозиума. -Великий Новгород, 2001. - с. 121-122.
3. Erich Maria Remarque Drei Kameraden Издательство: Kiepenheuer & Witsch, Köln, 1991. – 352 с.
4. Эрх Мария Ремарк. Три товарища перевод И. Шрайбера. –М.: АСТ, 2001.- 384 с.
5. Эрх Мария Ремарк. Три товарища перевод Г. Бегрельсона. М.: Восток – Запад, 2005. – 390 с.



# **Локализация пользовательской документации к программному обеспечению на базе пользовательской документации к системе управления содержимым сайта WordPress**

*Кулакова Т.А.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

## ***Аннотация:***

*В настоящих тезисах приводятся выводы, полученные в результате исследования процесса локализации пользовательской документации.*

С каждым годом компьютерные технологии все глубже проникают в нашу жизнь и круг пользователей постоянно расширяется. Глобализация веб-сайтов и программного обеспечения и языковая инженерия стали очень важными аспектами в работе компаний, стремящихся продавать свою продукцию на международных рынках.

Также нельзя не отметить огромную роль, которую играет локализация в формировании положительного имиджа компании, создающей программный продукт. Комплексная локализация программного продукта открывает новые возможности для развития бизнеса. В связи с этим, локализация программных продуктов и документации становится в последнее время все более актуальной и является ключевым фактором международного признания и успеха продукта.

До настоящего времени рассмотрение локализации пользовательской документации к программному обеспечению было связано только с изучением стилистических особенностей документации. Работ же, в которых локализация подобного вида документации рассматривалась бы комплексно, нет, а между тем, данный вопрос требует всестороннего рассмотрения и изучения, именно это составляет актуальность данного исследования.

Нами была предпринята попытка именно комплексного изучения процесса локализации пользовательской документации к программному обеспечению.

После изучения теоретических аспектов локализации пользовательской документации к программному обеспечению были сделаны следующие выводы:

1. Локализация документации начала интересовать ученых с начала 21 века, когда появились современные компьютерные технологии и Интернет. Пути реализации данного процесса конкретно для пользовательской документации начали интересовать совсем недавно, в основном данным вопросом занимаются переводческие агентства, занимающиеся техническим переводом.

2. Очень важным является разграничение понятий «локализация», как процесса перевода и общей адаптации текста, и «перевод», как процесса по интерпретации смысла текста на одном языке и созданию нового, эквивалентного текста на другом языке. Различение данных терминов необходимо для грамотного выполнения перевода.

3. Локализации подвергаются все единицы языка.

4. Стиль является отдельным пунктом при локализации документации, потому как к нему предъявляются особые требования.

5. Изучение конкретного вида документации также является важным при ее локализации, потому что предъявляемые требования отличаются. Необходимо учитывать и конкретный вид пользовательской документации, для которой выделяют несколько подвидов.

6. Существует возможность установления конкретных грамматических, лексических и синтаксических единиц, необходимых при переводе пользовательской документации с английского языка на русский.

7. Грамматические, лексические и синтаксические единицы, используемые при локализации документации, помогают создать верный стиль для такого рода документа.

Не менее важными являются и выводы, сделанные в ходе практического изучения осуществления процесса локализации:

1. Локализация – это сложный по своей реализации процесс. Необходимо помнить о множестве различий, существующих между языками. Различия многообразны в своем проявлении: от различий культурных, до различий в составлении документации.

2. Все уровни языка требуют локализации, при этом особенное внимание уделяется стилю документации.

3. При выборе лексики наибольшее предпочтение отдается терминологии внешней области и компьютерным терминам; средствами выражения действий и отношений чаще всего выступают глаголы или отглагольные существительные. Синтаксис пользовательской документации состоит в основном из простых предложений, сложные предложения используются для описания отношений между частями предложения.

4. При локализации документации в зависимости от единиц языка используются различные переводческие трансформации, которые помогают приблизить текст документации к тексту, привычному для носителей русского языка.

5. Было установлено, что наиболее часто на уровне лексики используются лексико-грамматическая трансформация добавление, грамматическая трансформация – замена части речи, лексические трансформации – конкретизация и генерализация. Но иногда трансформации не требуются вовсе.

6. На уровне синтаксиса используются практически все виды трансформаций, в зависимости от предложения.

7. Собственно локализованными можно назвать части кода программы, часть документации, содержащая инструкции и указания к действиям просто переводится по правилам перевода технических текстов.

Как видно из полученных результатов, локализация это очень сложный вид деятельности, потому что при ее переводе с одного языка на

другой переводчики-локализаторы помимо лексических, грамматических и синтаксических трансформаций учитывают и другие культурно-специфические особенности.

### **Литература:**

1. *Анциферов А.А.* Искусство локализации ПО или Не к ночи будет рассказано // Мир ПК. 1998. №10. С.173-175.

2. Комисаров В. Н. Современное переводоведение. Учебное пособие. – М.: ЭТС, 2001. – 450 с.

3. Петрова Е. С. Понятие локализации в межъязыковом и внутриязыковом переводе Университетское переводоведение. Выпуск 2. Материалы II Международной научной конференции по переводоведению «Федоровские чтения» 23-25 октября 2000 г. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2001.- 410 с.

4. *Шахова Н.* Локализация в свете глобализации // Компьютерра, 2001, №43. С. 420.

5. Esselink B. A Practical Guide to Localization – John Benjamins Publishing Company Amsterdam, 2000. - 488 p.

### **Концепт «гламур» в печатных средствах массовой информации (на материале английского и русского языков)**

*Перкина А.Н.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

#### ***Аннотация:***

*Данная статья представляет собой изучение концепта «гламур», популярного сейчас в печатных СМИ, а также закрепившегося в сознании русскоязычных и англоязычных носителей. Исследование выполнено в русле когнитивной лингвистики и психолингвистики. Определяется теоретическая основа исследования, выделяются языковые средства, репрезентирующие*

концепт «гламур», предлагается интерпретация данных единиц в контексте, выделив ядро и периферию концепта, проводится ассоциативный эксперимент со словом-стимулом «гламур», проводится сравнительный анализ с целью выявления сходств и различий в содержании концепта у носителей русского и английского языков.

При контакте культур всегда происходят заимствования слов, выражений. Но заимствуется не только терминологическая лексика, но и новые понятия, концепты. «Гламур» ведет свою историю со средневековой латыни от термина *grammatica*. С течением времени данный термин подвергался диссимиляциям в шотландском и французском языках, в результате чего образовалось слово *glamour*, обозначающее магию, колдовство. В русский язык «гламур» был заимствован из английского языка.

По мнению В. А. Масловой, сейчас в лингвистической науке можно обозначить три основных подхода к пониманию концепта, базирующихся на общем положении: **концепт** - то, что называет содержание понятия, синоним смысла (Маслова 2004, с.31-32).

**Первый подход** при рассмотрении концепта большее внимание уделяет культурологическому аспекту, когда вся культура понимается как совокупность концептов и отношений между ними. «Концепт – это как бы сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека (Степанов 2001, с.40). **Второй подход** к пониманию концепта единственным средством формирования содержания концепта представляет семантику языкового знака. Сторонниками **третьего подхода** являются Д.С. Лихачев, Е.С. Кубрякова, В.В. Красных и др. Они считают, что концепт не непосредственно возникает из значения слова, а является результатом столкновения значения слова с личным и народным опытом человека, т.е. концепт является посредником между словами и действительностью. «Национальный концепт – самая большая, максимально абстрагированная, но конкретно репрезентируемая (языковому) сознанию,

подвергшаяся когнитивной обработке идея “предмета” в совокупности всех валентных связей, отмеченных национально-культурной маркированностью» (Красных 2003, с.268).

В настоящее время ученые еще не определились с методами исследования концептов, но основным методом считается концептуальный анализ, набор процедур которого до сих пор весьма разнообразен.

При описании концепта «*гламур*» мы опираемся на метод В.А. Масловой, которая различает *ядро и периферию концепта*. Ядро - это словарные значения той или иной лексемы. Именно материалы толковых словарей предлагают исследователю большие возможности в плане раскрытия содержания концепта, в выявлении специфики его языкового выражения. Периферия же - субъективный опыт, коннотации и ассоциации. Словарные толкования дают лишь самое общее представление о значении слова, а энциклопедические словари - о понятии, поэтому нужно привлечь к анализу самые разнообразные контексты с целью выявления периферических признаков концепта. По мнению многих ученых (Ю.С. Степанова, В.В. Красных, С.Г. Воркачева), концепт включает в себя ассоциативные признаки, характеристики, связи. С точки зрения З.Д. Поповой и И.А. Стернина, «ассоциативные связи имени концепта принадлежат сфере вербализации концепта и не могут входить в его содержание, а лишь отражают в языковой форме, позволяют описать его содержание» (Попова, Стернин 2007, с.30).

При описании концепта важно учитывать его национальную специфику, которая проявляется в наличии различий в одноименных концептах в разных национальных культурах. В близких концептах разных культур национальная специфика проявляется в том, что сопоставимые концепты не полностью совпадают по своему содержанию, причем именно несовпадения могут быть очень существенны для межкультурной коммуникации.

Анализ лексикографических источников и печатных СМИ позволяет сделать вывод, что концепт «*гламур*» характеризуется размытостью признаков при

его описании. Анализ словарных дефиниций ключевых лексем *гламур* и *гламурный*, репрезентирующих концепт «*гламур*» в словарях Л.П. Крысина, Е. Л. Гришиной, Е. Н. Захаренко, Н. Г. Комлева и др. позволил выделить **ядро концепта «*гламур*» у носителей русского языка**: 1) блеск, лоск; 2) шик, роскошь; 3) очарование, шарм; 4) привлекательная внешность; 5) мода, стиль; 6) яркий, эффектный; 7) ненастоящий, обманчивый.

Люди наполняют концепты тем содержанием, которое диктуется им, с одной стороны, особенностями языковой нормы, а с другой — реалиями окружающего мира и собственной организационной деятельности в нем.

Контекстуальный анализ журналов и газет показал, что русский концепт намного шире по содержанию в отличие от английского прототипа. «*Гламур*» в русскоязычных печатных СМИ имеет особенность, как положительного - в моду возвращается **гламур** Старого Голливуда, и макияж «под Мэрилин» станет лучшим его воплощением (*Cosmopolitan.2012.№2*); когда-то Нерон, «великий и ужасный», внушил окружающим, что солнце и загар – удел рабов и бедноты. Знать должна быть бледнолицей. Так и повелось до тех пор, пока Коко Шанель, «великая и прекрасная», не провозгласила загар элементом **гламура** (*Glamour.2008.№5*) - так и отрицательного объекта - где в телеэфире настоящая духовная музыка? Вы когда-нибудь слышали по Первому каналу, второму, третьему, пятому, десятому... песни на гражданские темы? Нас просто вычеркнули. Остался один **гламур** с гитарами. Все эти Мумий-троли, Би-2, Стрелки-белки, снайперы (*Новый регион 2, 2008 [Национальный корпус русского языка]*).

Контексты реального речевого употребления семы «*гламур*», репрезентирующей концепт «*гламур*» значительно расширяют представление о нем и дополняют его следующими признаками: 1) элита, светская тусовка, собирательное значение звезд шоу-бизнеса - на закрытом коктейле на Патриарших собрался весь московский свет – и даже сборная команда московского гламура не смогла затмить сияния, которое исходило от Стивена Вебстера и его жены Аси (*Harper's bazaar.2008.№1*); 2) богатство,

успешность; 3) сексуальность, сексапильность; 4) пошлость, эпатаж; 5) показатель контрастности в обществе; 6) обывательский тип поведения (отсутствие чувства ответственности перед обществом), мещанство (вещи ставятся выше других ценностей), внешний лоск без внутреннего содержания; 7) недостижимый идеал, мечта.

Все это связано с тем, что в русский язык была заимствована внешняя оболочка слова «*гламур*» из английского языка. Российская действительность адаптировала его в направлении расширения и приспособления к своей системе. Таким образом, «русский гламур» приобретает дополнительные признаки (пошлость, эпатаж, мещанство, мечта, идеал), отличающие его от английского прототипа.

Анализ лексикографических источников позволяет определить **ядро концепта «*гламур*» у носителей английского языка**: 1) волшебство, чары; 2) роскошь, шик, богатство; 3) шарм, обаяние; 4) сексапильность; 5) известность, популярность. Контекстуальный анализ подтверждает основное, ядерное значение английского концепта и обнаруживает ассоциативную связь с волшебством и магией, которые лежат у истоков его формирования. В целом, все выявленные признаки в английском языке так или иначе несут в себе пучок смыслов, связанных с этимологической основой концепта «*гламур*». В текстах печатных СМИ присутствуют следующие **периферические признаки**: 1) привлекательная внешность; 2) чары; 3) обаяние; 4) сексапильность; 5) роскошь, шик, богатство; 6) популярность. Несмотря на существенные различия, русский и английский концепт сохраняют общие признаки как на ядерном уровне (шик, роскошь, шарм), так и на периферии (богатство, сексапильность).

Ассоциативный эксперимент как нельзя лучше иллюстрирует национальную специфику двух концептов. Ассоциации подтверждают не только ядро и периферию концепта «*гламур*», выявленных на основе словарных дефиниций и материалах печатных СМИ, но и значительно расширяют описание концепта.



Дополнительные ассоциации, которые были выделены для английского концепта «*гламур*», — это 1) **известные звезды**; 2) **модельный бизнес, модели**; 3) **харизма**; 4) **глянец, блеск, лоск**. Таким образом, можно сделать некоторый вывод. Английский концепт связан с тремя ключевыми контекстами: 1) с миром потребления товаров и услуг; 2) с модой, шоу-бизнесом; 3) с медиа, глянцевыми журналами, телевидением, поставляющими образы и создающими стереотипы для широкой аудитории. Для русского концепта ключевыми ассоциациями являются **пафос** и **розовый цвет**. Большая частотность ассоциаций, связанных с **ненатуральностью и искусственностью** (ботокс, большие пухлые губы, излишек косметики), в английском концепте присутствует такая ассоциация, но ее частотность в несколько раз меньше (русский – 21, английский - 3).

Такая разница в значениях может вызывать определенные трудности при переводе. Ядерный признак **блеск**, выявленный в лексикографических источниках, подтверждается носителями русского языка. В ассоциациях носителей русского языка он также находится в ядерной зоне. В английском языке признак **блеск** располагается в ближней периферии, что заставляет рассматривать «*гламур*» для обеих культур, как блестящий фантик, обертку, которая не предполагает богатого внутреннего содержания.

Английский концепт «*гламур*», по данным ассоциативного эксперимента, также можно характеризовать и с отрицательной стороны. В ассоциациях носителей английского языка присутствовали такие признаки, как неестественность, тщеславие, поверхностность.

Однако русский концепт, по сравнению с английским прототипом, оказывается более колоритным и выразительным. Английский концепт в оценочном отношении гораздо нейтрален. В нем нет оттенка агрессивной чрезмерности (напр., сверхбогатства) который отчетливо прослеживается у русского концепта.

Русский и английский концепт имеет очевидное сходство. «*Гламур*» носит все более коммерческий характер. Богатство - общий признак, выявленный

для русского и английского концепта. Ведь за деньги можно приобрести красивую внешность, привлекающую, очаровывающую с первого взгляда. Единственное, что нельзя купить – это индивидуальность, которая никак не ассоциируется с сегодняшним гламурным миром.

### ***Литература:***

1. Маслова В.А. Введение в когнитивную лингвистику. - М.: Флинта: Наука, 2004. - 256 с.
2. Степанов Ю.С. Константы: словарь русскоязычной культуры. - М.: Академический проект, 2001. - 990 с.
3. Красных В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность. - М., 1998. – 352 с.
4. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – М.: АСТ: Восток -Запад, 2007. – 314 с.

### **Перевод терминологии в области «Энерго-ресурсосбережение» (на материале немецкого и русского языка)**

*Автономова С.А.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

### ***Аннотация:***

*В статье приводятся результаты исследования, проведенного при анализе перевода терминологии немецкого и русского языка в области энерго- и ресурсосбережения. Также в статье рассматриваются переводческие трансформации, используемые при переводе терминологии в этой области.*

В настоящее время в ряде российских и международных организаций выполнены и реализуются международные программы по сотрудничеству в

сфере энергоэффективности и энергосбережения. Следует отметить, что первым этапом реализации любых проектов, научно-технических программ, мероприятий является этап концептуального проектирования с соответствующим информационно-аналитическим сопровождением. В связи с этим растет потребность в правильном употреблении и переводе освоенных и новых терминов в данной области, а также для понятий в новых отраслях науки и техники, и, соответственно, расширяется словарный состав.

Актуальность данной статьи обусловлена как экстралингвистическими, так и лингвистическими факторами. К экстралингвистическим факторам относятся: бурное развитие и распространение новых инфокоммуникационных технологий в области «Энерго- и ресурсосбережение» с целью провести эффективную коммерциализацию объектов интеллектуальной собственности в области энергосбережения и ресурсов, повышенный интерес к рациональному использованию природных ресурсов, защите окружающей среды, активное сотрудничество зарубежных компаний в данной области и интернационализация полученных научных исследований.

К лингвистическим факторам относятся: активное пополнение терминологий как результат познавательной и терминотворческой деятельности в новых областях энергосбережения и ресурсов, что требует глубокое и всестороннее изучение способов перевода терминологических единиц в данной области.

Цель состоит в том, чтобы проанализировать перевод терминологии немецкого и русского языка в области «Энерго- и ресурсосбережение».

Для достижения цели решаются следующие задачи:

- классификация видов терминов;
- определение общей классификации способов перевода для обоих языков, на базе которой будет проводиться исследование;
- выявление наиболее частотных переводческих трансформаций для немецкой терминологии в области энергоресурсов и сбережения, а также

особенности их перевода на лексическом, синтаксическом, лексичко-грамматическом и грамматическом уровне.

В качестве объекта исследования рассматривается терминология области «Энергоресурсы и сбережение», а предметом исследования является их перевод.

Материалом для исследования послужили -

- Программа развития инновационной инфраструктуры ВУЗа. «Развитие инновационной инфраструктуры вуза, ориентированной на ресурсосберегающие и инфокоммуникационные технологии городской среды на базе частно-государственного партнерства».
- Entwicklungsprogramm der innovativen Infrastruktur der Hochschule. «Entwicklung der innovativen Infrastruktur der Hochschule, orientiert an ressourcensparenden und infokommunikativen Technologien der Stadtumgebung auf Grundlage der öffentlich-privaten Partnerschaft».

В исследовании применяются следующие методики и методы:

- методика наблюдения для выявления особенностей перевода терминологии;
- методика описания для фиксации наблюдаемых явлений;
- статистическая методика для проведения количественной оценки наблюдаемых явлений перевода терминологических единиц;
- описательный метод для описания и анализа способов перевода;

Теоретическими основами данной статьи послужили труды таких известных ученых, как Солженикина Ю.В., *Паршин А.*, Семенов А.Л., Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В., Раисова А.М. Комиссаров В.Н. и др.

На основании проведенного исследования, можно прийти к выводу, что данной терминологии наиболее присущ номинативный характер, но также существуют и отдельные термины-прилагательные, которые чаще используются вместе с существительным для его конкретизации.

Самое большое количество из рассмотренных нами терминов приходится на термины-слова (32%) и термины-словосочетания (41%).

Что касается терминов-словосочетаний, то они, как мы определили, в большей степени состоят из сочетаний «прилаг.+ сущ.» (*natürliche Personen-физические лица*), затем идут термины, структурный тип которых представляет собой вид «сущ.+сущ.» или «сущ.+предлог+сущ.» (*Einteilung von Patenten - распределение патентов*) и фразовые термины-словосочетания (*Fachumschulung von Mitarbeitern - профессиональная переподготовка ППС*).

Говоря о терминах словах, можно проследить, что они являются самым частотным видом термина в области «Энерго- и ресурсосбережение»:

Многокомпонентные (*das Ingenieurssystemeinführungszentrum – Центр внедрения инженерных систем*), трехкомпонентные (*die Wissenschaftsarbeitsleitung-ВНИ*) и ,самые частотные – двухкомпонентные термины (*der Arbeitskollektivs-трудоу коллектив*).

Также в выборке представлено достаточное количество однокомпонентных терминов :корневых (*die Praktika-стажировка*), суффиксальных (*die Prüfung-испытание*) и префиксальных(*der Anschrift-юридический и физический адрес*).

В ходе исследования были так же выявлены исконные термины, из которых больше половины являются общеупотребительными(*die Anzahl численность, количество*), а остальные –привлеченными терминами (*der Controller – сотрудник на дому*).

Предпоследними по частотности среди видов исследуемых терминов оказались сокращения (6%) со своими подвидами: (*R&D-НИОКТР*), термины-стяжения (*der GmbH- ООО*) и гибридные образования (*die TU Ułjanowsk-Ульяновский государственный технический университет*).

Наименее частотным видом термина являются заимствования (*Das Handy-сотовый телефон*).Среди всей выборки был выявлен 1 материально-заимствованный (*Kilowatt-Stunden- киловатт-часов*) и 1 –гибридный (*Non-*

*Profit-Partnerschaft- НП*), из которого видно, что они могут переводиться и с помощью аббревиатур.

Далее в статье рассматриваются переводческие трансформации, используемые при переводе терминологии в области «Энерго- и ресурсосбережение»:

1) *Лексический уровень*. По классификации Комисарова лексическими трансформациями являются:

- транскрипция (*Das wissenschaftliche Einführungszentrum "Polytech"*).

*Научно-внедренческий Центр «Политех»*)

- транслитерация в чистом виде встречается сравнительно редко (*GLONASS-ГЛОНАСС*)

- калькирование (*die Wärmedämmung* переводится как *теплоизоляция*.)

- лексико-семантические замены : конкретизация (*Anschrift* на русский язык переводится уже как *фактический и юридический адрес*, поскольку они являются разными понятиями и перевести как просто «адрес» их нельзя, в то время как для немецкой терминологии он уже подразумевает юридический и фактический адрес.), модуляция (*die Fortbildung –повышение квалификации*, что дословно как «дальнейшее образование» или «натуральные лица» никак не сочетается в русском языке, поэтому мы и применяем смысловое развитие данных терминов, поэтому данная трансформация является наиболее частотной) и генерализация (*Die Anzahl des Betreuungspersonals in dem kleinen Wasserkraftwerk besteht aus 6 Mitarbeitern* - Количество обслуживающего персонала малой ГЭС – 6 человек. В данном случае генерализация используется в силу того, что обслуживающий персонал и работники уже подразумевают под собой сотрудников, поэтому перевел их более абстрактным словом).

2) *Грамматический уровень* :

- грамматическая замена (*Bearbeitung von Zement, Lehm und Steine*. - Обработка цемента, глины и *камня*. Данный пример демонстрирует грамматическую замену мн. ч. на ед.ч., поскольку для терминологии русского языка, связанные с материалами, чаще употребляется ед.ч.)

- дословный перевод (*die staatliche wissenschaftliche Organisation* - *Государственная научная организация*)

3) *Синтаксический уровень* (*Diese Räte unterstützen aktiv die Forschungs- und Innovationsarbeit der Studenten und Doktoranden der TU Uljanowsk. Sie verwirklichen auch die wissenschaftlich-methodische und organisatorische Leitung und den Beistand bei innovativen Projekte von Studenten und Doktoranden.* - Советы активно работают по поддержке научно-исследовательской и инновационной работы студентов, аспирантов и докторантов УЛГТУ и осуществляют научно-методическое и организационное руководство, поддержку инновационных проектов студентов, аспирантов и докторантов).

4) *Лексико-грамматический уровень* был представлен следующими трансформациями:

- компенсация (*Die meisten Werte sind Einfindungen.* - *Наибольшее количество подаваемых заявок* традиционно приходится на изобретения)

- опущение (*Das Programm setzt eine effektive Kommerzialisierung von Objekten des intellektuellen Eigentums im Bereich der Energieeinsparung, der rationellen Nutzung der natürlichen Ressourcen und der infokommunikativen Technologien voraus.* - Программа предполагает эффективную коммерциализацию объектов интеллектуальной собственности вуза в области энергосбережения, *рационального природопользования* и инфокommunikационных технологий)

- описательный перевод (*Es besteht aus einem Stationsmodul, welches ein leicht zu errichtendes Plattenbauwerk ist, in dem zwei Hydroaggregate und Gestelle für die automatische Hydroaggregatesteuerung untergebracht sind.* - В ее составе: стационарный модуль, представляющий собой легко возводимое

одноэтажное здание из панелей типа «Сэндвич» с размещенными в нем двумя гидроагрегатами и стойками автоматического управления гидроагрегатами)

- смешанный тип или перевод с несколькими трансформациями (*Anzahl der aus- und weitergebildeten innovations-orientierten Fachkräfte für innovative Klein- und Mittelunternehmen gemäß der Programme.* - Количество подготовленных и повысивших квалификацию инновационно-ориентированных кадров для малого и среднего инновационного предпринимательства по программам)

Задачи, поставленные для достижения цели, были решены, а именно мы определили виды терминов, при этом выяснив, что почти каждый их данных видов распадается на подвиды: исконные термины (общеупотребительные, привлеченные, диалектизмы), заимствования (кальки, гибридо термины), исконные термины, термины-слова (корневые, аффиксальные, сложные) и словосочетания (твух-, трех- и многокомпонентные), а также сокращения (аббревиатуры, гибридные образования, термины-стяжения). Также мы выяснили способы их перевода на русский язык. Наиболее частотными переводческими трансформациями в области «Энергоресурсы и сбережение» оказались модуляция и смешанный тип.

### ***Литература:***

1. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. - М.: Высш. шк., 1990. - 253 с.
2. Паршин А. Теория и практика перевода / А. Паршин.- М., 2001.-287с.
3. Семенов А.Л. Основы общей теории перевода и переводческой деятельности : учеб. пособие для студ. лингв. вузов и фак./ А.Л. Семенов.-М.: Издательский центр «Академия», 2008.-160с .



4. Суперанская А.В., Подольская Н.В., Васильева Н.В. Общая терминология: Вопросы теории/ Отв. ред. Т.Л. Канделаки. Изд. 5-е.-М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.-248 с.
5. Программа развития инновационной инфраструктуры ВУЗа. «Развитие инновационной инфраструктуры вуза, ориентированной на ресурсосберегающие и инфокоммуникационные технологии городской среды на базе частно-государственного партнерства».
6. Entwicklungsprogramm der innovativen Infrastruktur der Hochschule. «Entwicklung der innovativen Infrastruktur der Hochschule, orientiert an ressourcensparenden und infokommunikativen Technologien der Stadtumgebung auf Grundlage der öffentlich-privaten Partnerschaft».

#### **Анализ локализации компьютерной игры World of Warcraft**

*Трусев Н. К.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

#### ***Аннотация:***

*В статье приводятся результаты исследования, проведенного в рамках переводоведения, по анализу локализованной версии компьютерной игры World of Warcraft.*

Актуальность темы исследования связана с растущим интересом к качественно локализованным компьютерным играм по всему миру. С процессом локализации сталкивается каждый разработчик, который планирует продавать свой продукт в другие страны. При этом **локализация** подразумевает под собой замену всевозможных элементов продукта, являющихся культурно-зависимыми, таким образом, чтобы конечный продукт максимально соответствовал лингвистическим, культурным,

юридическим и маркетинговым особенностям рынка, что ведет к успешным продажам.

В качестве материала исследования была выбрана игра World of Warcraft. Данная игра является одной из самых распространенных в мире в настоящее время. К тому же компания разработчик Blizzard Entertainment имеет огромный опыт в разработке и локализации компьютерных игр. Но, несмотря на это, встречаются довольно противоречивые оценки качества русской локализации. На официальном сайте World of Warcraft в разделе «Перевод и локализация» игроками постоянно создаются темы об ошибках, неточностях и недочетах в локализации игры на русский язык. Причем данные замечания касаются недоработок почти всех элементов игры: интерфейс, отображаемый текст, перевод имен собственных и т.д. Из этого следует, что локализация такого крупномасштабного проекта не могла не пройти без значительных затруднений, с которыми компания Blizzard Entertainment справилась с различным успехом.

На основании классификаций компьютерных игр следует отметить, что World of Warcraft относится к ролевым играм (по жанровой классификации), является фэнтезийной по тематике и многопользовательской по количеству игроков. Уровень локализации игры на русский язык – углубленный.

При локализации компьютерной игры World of Warcraft основные проблемы возникали при переводе внутриигрового текста и изменении интерфейса пользователя. Стоит отметить, что данные проблемы в основном относились к лексическому уровню языка (проблема перевода топонимов и персоналий), а в случае с локализацией интерфейса носили экстралингвистический характер. В связи с этим, следует детальной рассмотреть локализацию интерфейса и проблемы перевода топонимов и персоналий.

#### *Локализация интерфейса игры*

Для того чтобы решить эти задачи с минимальной потерей времени и средств, необходимо придерживаться следующих правил:

1. создание элементов интерфейса должно происходить с учетом увеличения объема текста при переводе с английского на русский языки, при недостатке места необходимо находить более краткий вариант перевода;
2. использование масштабируемых элементов интерфейса;
3. использование интуитивно понятных иконок, которое позволяет сократить количество переводимого текста и делает интерфейс более компактным;
4. соблюдение привычных форматов дат, измерений и календарных норм.

#### *Проблемы, связанные с переводом топонимов*

Внутриигровой текст компьютерной игры World of Warcraft насыщен названиями населенных пунктов и географических объектов. Большинство из выявленных проблем обусловлено культурными различиями между англоговорящими и русскоговорящими народами. Большое количество лексических единиц, в частности сложные слова, требуют индивидуального подхода при переносе значения с языка оригинала на язык перевода с целью сохранить замысел авторов и значения, вкладываемые ими в те или иные топонимы.

#### *Проблема перевода персоналий*

*Антропонимы.* Перевод множественных антропонимов не представляет собой сложности за исключением тех случаев, в которых необходимо соблюдать сложившуюся традицию транскрипции.

Основные же проблемы появляются при переводе персоналий, которые апеллируют к единичным антропонимам. Сложность заключается, во первых, в идентификации таковых, и, во-вторых, в адекватном переводе.

*Персоналии прозвищного типа.* Перевод прозвищных персоналий являлся одной из самых сложных задач, вставшей перед локализаторами игры World of Warcraft. Затруднения в данной работе обусловлены следующими факторами:

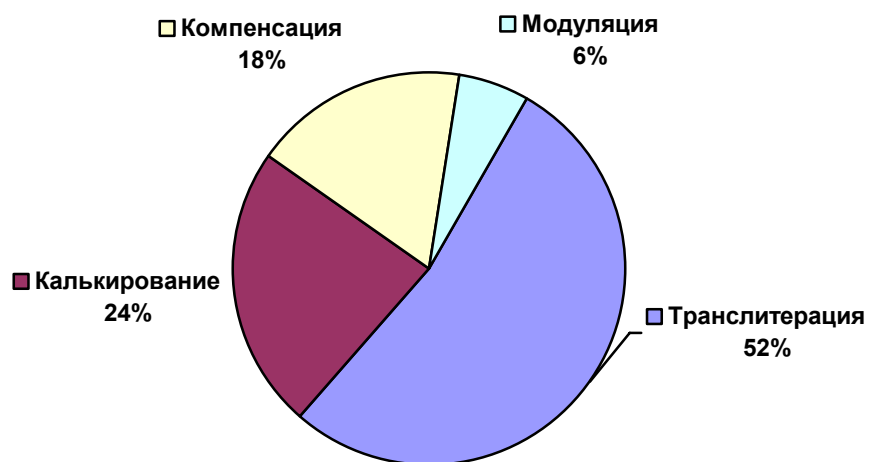
1. крайне сложно передавать оригинальную эмоциональную оценку и экспрессивную образность при переводе с английского на русский язык;
2. сохранение апелляции к единичным антропонимам с учетом культурных особенностей;
3. сохранение семантической составляющей прозвища часто ведет к изменению элементов выражения.

Вышеперечисленные задачи достигались локализаторами за счет использования таких переводческих трансформаций, как модуляция, компенсация и транслитерация. При переводе прозвищ на русский язык прослеживается тенденция к повышению регистра речи (за исключением некоторых случаев).

#### *Персоналии смешанного типа.*

Данный тип персоналий включают в себя характерные черты перевода антропонимов (транслитерация с учетом традиций практической транслитерации) и особенности перевода прозвищ (калькирование, широкое использование компенсации, модуляции, элементов сленговой и разговорной речи). Перевод персоналий смешанного типа наиболее стандартен, поэтому существует вероятность построения определенных моделей.

По результатам анализа перевода топонимов и персоналий была получена следующая диаграмма, наглядно демонстрирующая процентное соотношение используемых трансформаций при переводе внутриигровых текстов:



**Диаграмма 1.** Процентное соотношение трансформаций, применяемых при переводе топонимов и антропонимов.

Транслитерация используется чаще всего, с помощью этой трансформации переводятся все множественные антропонимы, большинство единичных антропонимов, а также антропонимический элемент в персоналиях прозвищного типа и топонимах.

При переводе прозвищных персоналий используется калькирование, в случаях, когда невозможно подобрать лексический элемент, локализаторы использовали прием компенсации. Крайне редко при переводе прозвищ использовался прием смыслового развития (модуляции).

В работе были проанализированы переводческие соответствия персоналий и топонимов в 1787 словоупотреблениях, были выявлены пути для значительного повышения адекватности локализации.

### *Литература:*

1. Пашутина А., Локализация компьютерных игр: суть, проблемы и решения. - Режим доступа: <http://dtf.ru/articles/read.php?id=1291>
2. Blizzard Entertainment, Пресс-релиз. – Режим доступа: <http://eu.blizzard.com/ru-ru/company/press/pressreleases.html?id=2660879>
3. Heather Maxwell Chandler. The Game Localization Handbook. Charles River Media, United States of America, 2005

### **О проблемах и подходе к выявлению призывов, разжигающих ненависть и вражду, при лингвистической экспертизе текстов СМИ**

*Тяпкаева Г. Р.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

#### ***Аннотация:***

*В статье акцентируется внимание на проблемах, встающих в рамках проведения лингвистической экспертизы по делам о разжигании ненависти и вражды.*

Актуальность указанной темы исследования связана с тем, что с каждым годом увеличивается количество осужденных в России за разжигание вражды и ненависти разного рода и за публичные призывы к экстремистским действиям. Нередко приговоры вызывают широкий общественный резонанс, так как существует много спорных моментов, связанных со статьями 282 УК РФ «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства» и 280 УК РФ «Публичные призывы к осуществлению экстремистской деятельности». Судебная лингвистическая экспертиза назначается по спорным текстам СМИ в связи с уголовными делами по обвинению в публичных призывах к

осуществлению экстремистской деятельности, в возбуждении ненависти либо вражды, а равно унижению человеческого достоинства.

Лингвистические экспертизы с целью выявления призывов к ненависти и вражде в текстах СМИ основаны на статьях законов и кодексов РФ: Например,

*Статья 282 УК РФ. Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства*

*Статья 280 УК РФ. Публичные призывы к осуществлению экстремистской деятельности*

*Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25 июля 2002 г.*

Считается, что с точки зрения решаемых лингвистических задач дела, регулируемые нормами 280 и 282 УК РФ, эквивалентны. В компетенцию лингвиста-эксперта по делам о разжигании межнациональной розни и призывам к экстремистской деятельности входит решение двух задач.

Первая - квалификация речевого поведения говорящего как оскорбления по отношению к группе лиц, объединенных по признакам пола, расы, национальности и т.п.

Вторая задача - направлена на установление формы речевого поведения говорящего и может быть сформулирована в виде следующего вопроса: «Присутствуют ли в спорном речевом произведении призывы?». Между тем в юридических текстах и законодательных актах РФ понятие призыва до сих пор не имеет достаточно четкого определения, которое можно было бы использовать при экспертизе текста.

В лингвистической литературе мы встречаем определение профессора А.Н. Баранова «*Призыв* — это особый тип речевого акта, коммуникативное назначение которого в общем случае описывается известной семантической формулой, предложенной А. Вежбицкой для семантической экспликации императивов, — «Я хочу, чтобы ты сделал Р» (Баранов, 2007). Согласно Баранову А.Н. все призывы делятся на: призывы-лозунги, призывы-

апелляции, призывы-обращения и призывы-воззвания. Что касается призывов к действиям, направленным на возбуждение розни и на унижение национального достоинства, то Баранов А.Н. делит их на два класса:

- оценочно-немотивированные («*Долой мигрантов!*», «*Хватит кормить Кавказ!*»)
- оценочно-мотивированные призывы («*Хачи, вон из России!*», «*Долой всех чурбанов!*»).

Многие лингвисты-эксперты отмечают серьезные проблемы, связанные с выявлением в тексте речевого акта призыва и его последующей характеристикой как призыва, направленного на разжигание ненависти и вражды.

Проблема выявления призывов может быть частично решена за счет того, что некоторые призывы имеют формальные лингвистические показатели, или маркеры. При этом, самый очевидный случай - наличие эксплицитной формулы призыва, т.е., например, использование глагола *призывать* в форме 1л. (ед. или мн. числа) настоящего времени - *Призываем всех выйти на митинг 24 марта! Призываю вас не сдаваться!*

Другим формальным показателем призыва являются некоторые глаголы в определенных грамматических формах:

- глагол *давать* в форме 2 л. ед.ч.,
- частицы *пусть* и *пускай*, при этом смысловой глагол имеет форму 3л. ед. и мн. числа,

Часто используются в призывах и иные формы, например,

- форма *вон*: *Родственники Каддафи – вон из Азербайджана!*,
- форма *долой*: *Долой криминальную диктатуру!*
- номинализация и формы, близкие по своим семантическим свойствам к номинализации - *Жидам смерть!*, *Народу – власть!* *Политикам – сухари!*



- отрицательная частица в сочетании с императивной интонацией. Например, *Нет полицейскому государству!, Мы не дадим украсть наши голоса!, Не позволим убить наше образование!*

В классических призывах используется форма побудительного наклонения – это 2 л. ед.ч. или мн. число повелит. накл.: *Депутаты ЕР, убирайтесь!*

Призывы-лозунги такие как - *Поддержим курс Путина В.В., голосуем за «Единую Россию!»*, *Сделаем жизнь лучше!* - имеют форму императива 1л. мн. числа.

В ходе исследования состояния вопроса мы проанализировали реально проведенные судебные лингвистические экспертизы по спорным текстам в связи с уголовными делами по ст. 280 УК РФ и ст. 282 УК РФ, которые находятся в открытом доступе в сети Интернет.

При этом нами был выявлен ряд проблем, которые возникают при проведении экспертиз по вышеупомянутым статьям.

- вопросы, которые ставятся перед экспертом-лингвистом в рамках судебных дел по вышеупомянутым статьям, могут различаться, отсутствует единый список вопросов;

- в некоторых случаях формулировка вопроса, на который должен ответить эксперт, бывает некорректной, например, на разрешение эксперта ставят напрямую вопросы типа «Являются ли данные материалы экстремистскими»;

- в рамках лингвистической экспертизы по делам о возбуждении ненависти либо вражды эксперты сталкиваются с необходимостью определять, что есть «ненависть» и «вражда», «призыв» и «экстремистская деятельность»;

- в статье 282 УК РФ фигурирует понятие «социальная группа», хотя точного определения нет, по этой причине мы столкнулись с проблемой, связанной с отнесением тех или иных групп людей к социальной группе и т.д.

- в исследованиях, проведенных в рамках лингвистических экспертиз, мы не нашли подробного анализа текста, направленного на выявление призывов, зачастую эксперты лишь констатируют факт наличия либо отсутствия призывов в анализируемом тексте;

- несмотря на то, что выводы экспертов подкрепляются словарями, трудами ученых и т.д., зачастую мнение эксперта субъективно.

В результате исследования мы считаем необходимым выработать методику экспертного анализа спорных текстов на предмет обозначенной нами актуальной темы. Четкое определение понятия призыва, в первую очередь в нормативных и законодательных документах, и исследование особенностей выявления и квалификации призывов, как разжигающих ненависть и вражду, при лингвистической экспертизе текстов СМИ позволит решить разногласия и проблемы, с которыми встречаются лингвисты-эксперты в ходе проведения экспертиз по делам о призывах такого рода.

#### *Литература:*

1. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2007. – 592 с.
2. Баранов А.Н., Грунченко О.М., Левонтина И.Б. Лингвистическое исследование для выявления в них призывов к осуществлению экстремистской деятельности (типовая методика). Москва, 2008 г.
3. Бринев К. И. Теоретическая лингвистика и судебная лингвистическая экспертиза: монография / К. И. Бринев; под редакцией Н. Д. Голева. – Барнаул : УлтГПА, 2009. – 252 с.

## Окказионализмы как средство выразительности

*Худобина Л.А.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

### ***Аннотация:***

*В статье рассматриваются особенности употребления окказионализмов в анализируемых художественных и газетно-публицистических текстах.*

В лингвистике вопросам окказиональности как особой теме стали уделять внимание сравнительно недавно, очевидно в силу аномальности, противоречивости этого явления, хотя различные авторские новообразования всегда привлекали внимание исследователей. В настоящее время индивидуальное авторское словотворчество все больше привлекает исследователей.

Актуальность данной работы связана с самим объектом исследования - окказиональным словом. При наличии обширного корпуса работ, посвященных вопросам изучения окказионализмов, окказиональное слово до сих пор недостаточно исследовано как явление, которое отражает динамику языка, его формо- и смыслообразующие потенциал и дает возможность увидеть язык в действии.

Материалом для исследования послужили:

- статьи из газет First news, Morning Star, The Moscow news, Mail Online, Daily Mail, Independent;
- романы Рэя Брэдбери «451° по Фаренгейту», «Вино из одуванчиков», «Лето, прощай»; стихотворение «Jabberwocky» Льюиса Кэрролла; серия книг Дж.К. Роулинг «Гарри Поттер»; романы Джона Фаулза «Любовница французского лейтенанта», «Червь», «Коллекционер».

Цель работы состоит в том, чтобы определить роль окказионализмов как средств выразительности. Объектом данного исследования являются

окказионализмы в художественных и газетно-публицистических текстах на английском языке, а предметом исследования являются особенности употребления окказионализмов в художественных и газетно-публицистических текстах.

Теоретическая значимость данной работы состоит в том, что определение роли окказионализмов поможет показать их значимость и важность как средств выразительности в современном английском языке.

Термином окказиональный называют факты, не соответствующие общепринятым языковым нормам, а окказионализмы – это речевые явления, возникающие под влиянием контекста, для выражения смысла, необходимого в данном конкретном контексте. Окказионализмы выполняют индивидуально - стилистическую функцию в определённом контексте и обычно становятся достоянием общего языка. Окказионализмы характеризуются следующими признаками:

- принадлежность к речи;
- творимость;
- ненормативность;
- функциональная одноразовость;
- экспрессивность;
- индивидуальная принадлежность;
- словообразовательная производимость;
- номинальная факультативность;
- синхронно-диахронная диффузность

Окказиональные слова бывают разных видов: словообразовательные (лексические), фонетические, семантические, графические, синтаксические (необычные сочетания слов).

Также различают разные степени окказиональности: окказионализмы первой степени (стандартные, потенциальные образования, созданные в соответствии с деривационными нормами языка), окказионализмы второй

степени (отступления от деривационной нормы не порождают трудностей семантической интерпретации) и окказионализмы третьей степени (полностью нестандартные образования).

Окказионализм является звеном в цепочке языковых новообразований: «потенциальное слово — окказионализм — неологизм», другими словами, исследователи выделяют три типа новых лексических единиц.

Следует различать такие понятия, как окказиональная и неологическая лексика, окказиональная и потенциальная лексика, узуальная и окказиональная лексика. Окказионализмы в отличие от неологизмов, не являются фактом системы языка, они свободно образуются в речи всякий раз, когда в них возникает необходимость. В отличие от потенциальных слов, окказионализмы создаются с нарушением законов общеязыкового словообразования. В отличие от узуальных слов, окказионализмы противоречат традиции и норме употребления.

В современной теории окказиональности дискуссионным является вопрос о соотношении окказиональных и потенциальных новообразований, но чаще считают, что все речевые образования являются окказиональными независимо от того, созданы они по деривационным законам языка или с нарушением этих законов. При таком решении потенциальные слова являются разновидностью окказиональных.

Окказионализмы создаются специально, нарочно (этим они отличаются от спонтанно совершаемых нарушений нормы – речевых ошибок), всегда “привязаны” к определённому контексту, ситуации, понятны на фоне данного контекста, ситуации и той модели или единичного образца, которые послужили базой для их создания. Окказиональные образования в принципе возможны при использовании единиц каждого языкового уровня.

Окказионализмы обладают повышенной выразительностью в силу своей необычности на фоне канонических, нормативных образований. Они, как правило, экспрессивно окрашены (за исключением окказионализмов в сфере терминологической лексики).

Окказионализмы образуются преимущественно в разговорной речи, используются в художественной литературе, в публицистике. Немало окказионализмов встречается в произношении (в том числе ударении) в обиходно – бытовой непринуждённой (особенно шутивной) речи – как проявления языковой игры, а также в речи стихотворной. В сфере грамматики окказионализмы чаще появляются среди словоформ, чем среди синтаксических единиц. Грамматически окказионализмы особенно употребительны в разговорной и художественной речи, в том числе в качестве языковой игры и поэтической вольности. Окказионализмы, функционирующие в художественной речи, являются эффективным инструментом воздействия на адресата.

Сознательный выбор в пользу окказионального слова как средства выражения нового личностного содержания уже свидетельствует об особенной важности той информации, которую писатель стремится передать своим читателям. В данном случае окказионализм выступает в качестве прагматического фокуса высказывания.

Причины, побуждающие писателей к созданию индивидуально-авторских образований:

- а) необходимость точно выразить мысль (узусловных слов для этого может быть недостаточно);
- б) стремление автора кратко выразить мысль (новообразование может заменить словосочетание и даже предложение);
- в) потребность подчеркнуть свое отношение к предмету речи, дать ему свою характеристику, оценку;
- г) стремление своеобразным обликом слова обратить внимание на его семантику, деавтоматизировать восприятие;
- д) потребность избежать тавтологии;
- е) необходимость сохранить ритм стиха, обеспечить рифму, добиться нужной инструментовки.

Первые три причины являются основными. Очень часто возникновение новообразования бывает вызвано не одной, а сразу несколькими причинами.

В наши дни окказионализмы распространены в печатных изданиях. Их количество на страницах газет растет день ото дня. Вероятно, такой стремительный рост индивидуально-авторских слов (так еще иногда называют окказиональные образования) можно объяснить как возникшей социальной потребностью неординарного именованя всего нового, так и внутриязыковыми факторами – тенденцией к экономии, унификации языковых средств, использованию номинаций с разной внутренней формой и этимологией. Но основной причиной популярности окказионализмов является стремление достичь максимальной эмоционально-экспрессивной и стилистической выразительности звучащего и печатного слова.

Окказионализмы – одно из языковых средств достижения экспрессивности в периодической печати, поскольку они непосредственно предназначены для того, чтобы сильнее воздействовать на читателя. Сознательное использование автором им самим придуманных слов всегда «содержательно, эстетически значимо и экспрессивно».

### **Анализ текстов**

1. В качестве образцов художественного стиля объектом исследования являются окказиональные слова в романах РэяБрэдбери: «451° по Фаренгейту», «Вино из одуванчиков», «Лето, прощай». Также было рассмотрено стихотворение «Jabberwocky» и серия книг Дж.К. Роулинг «Гарри Поттер» (см. Приложение).

**Вывод 1:** В целом, в создании образов, способствующих раскрытию основных тем рассматриваемых произведений РэяБрэдбери, задействовано 36 сложных слов, 14 из которых являются авторскими окказиональными словами, что составляет 38,8%.

**Вывод 2:** В стихотворении Jabberwocky 166 слов, из них 33 – окказионализмы, что составляет 19,8 %.

**Вывод 3:** В предложениях из серии книг «Гарри Поттер» 70 слов, из них 6 – окказионализмы, что составляет 8,6%.

**Вывод 4:** Общее количество слов в 4-х текстах – 272, из них 53 – окказионализмы, что составляет 19,4%.

2. В качестве образцов газетно-публицистического стиля были рассмотрены 26 статей из разных журналов (см. Глава вторая, пункт 2.2. и Приложение).

**Вывод 1:** В одной статье чаще всего встречается только один окказионализм, реже - 2. Обычно окказионализмы присутствуют в заголовках.

**Вывод 2:** В 26-ти статьях 261 слово, из них 34 – окказионализмы, что составляет 13,1%.

**Таблица 2. Анализ текстов**

Стиль	Количество слов в текстах	Количество окказионализмов	Процентное соотношение, %
художественный стиль	272	53	19,4
газетно-публицистический стиль	261	34	13,1

В результате проведённого анализа было установлено, что в текстах художественного стиля окказионализмы встречаются чаще, чем в текстах газетно-публицистического стиля, так как в текстах художественного стиля процентное соотношение окказионализмов на общее количество слов выше, чем в текстах газетно-публицистического стиля, на 6,3%, хотя в текстах художественного стиля было на 11 слов меньше.



### *Литература:*

1. Бабенко Н.Г. Окказиональное в художественном тексте. Структурно - семантический анализ: Учебное пособие / Калинингр. ун-т. - Калининград, 1997. - с. - ISBN 5 - 88874 - 068 - 3.
2. Виноградова В.Н. О некоторых закономерностях образования поэтических окказионализмов / В.Н.Виноградова // Бодуэновские чтения: Бодуэн де Куртенэ и современная лингвистика: Междунар. науч. конф. (Казань, 11-13 дек. 2001 г.): Труды и материалы: В 2 т. / Под общ. ред. К.Р.Галиуллина, Г.А.Николаева.- Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2001.– Т. 1.- С.122-123.
3. Скребнев Ю.М. Основы стилистики английского языка: Учебник для ин-тов и фак. иностр. яз./ Ю.М. Скребнев. – 2-е изд., испр. - М.: АСТ, 2003. - 221 с.
4. Винокур Т.Г. Закономерности стилистического использования языковых единиц. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 240с.
5. Швейцер А.Д. Контрастивная стилистика: Газетно-публицистический стиль в английском и русском языках - М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. - 256 с.
6. Нелюбин Л.Л. Лингвостилистика современного английского языка: учебное пособие / Л.Л. Нелюбин. - 4-е изд., перераб. И доп. - М.: Флинта: Наука, 2007. – 128с.
7. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. Изд. 2-е. М.: Просвещение, 1976
8. Бельчиков Ю.А. Окказионализмы / Ю.А. Бельчиков. - Русский язык: Энциклопедия/ Гл. ред. Ю.Н. Караулов. – М., 2003. – С. 283-284
9. Ханпира Э.И. Окказиональные элементы в современной речи: стилистические исследования/ Э.И. Ханпира. - М.: Наука, 1972. С. 245-317.

## Специфика проектирования контента туристических веб-сайтов

Чамина О.Г., Ефремов И.О.

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

### ***Аннотация:***

*В статье делается попытка определить специфику проектирования контента веб-сайта туристической компании.*

Туристический бизнес одна из тех сфер деятельности, которая не может в настоящее время обойтись без современных Интернет-технологий. Глобальная сеть Интернет предоставляет пользователям невиданные ранее возможности для предоставления и продвижения своего туристического продукта в мировое сообщество. И веб-сайт туристической компании стал надежным орудием реализации и продвижения этих возможностей.

Общеизвестно, что веб-сайт рассматривается как информационный продукт особым образом организованных данных. Туристический веб-сайт, в свою очередь, определяется как ресурс, содержащий информацию туристического характера. Однако, не всегда они определяются корректно. Для того чтобы точно определить является ли веб-сайт туристическим нужно выделить ряд критериев, а именно: название (домен) веб-сайта, цель, целевую аудиторию и контент.

В зависимости от этих критериев принято выделять 7 типов туристических веб-сайтов:

1. Сайт по одной стране
2. Сайт по множеству стран
3. Промо-сайт
4. Веб-сайт туроператора
5. Портал
6. Тематический веб-сайт
7. Веб-сайт турагентства

В веб-среде каждый фрагмент текста играет одновременно роль контента и интерфейса. Поэтому веб-текст выступает в двух ипостасях, как:

- контент с искомой информацией, действиями и перспективами.
- интерфейс, используемый посетителями для поиска контента, перемещения по нему и выполнение необходимых действий.

В первом значении контент отвечает на вопрос, которые пользователи задают об интересующей их теме. Например, описание продукта, статья, даже определенная фраза с подведением итогов статьи – все это является контентом.

Текст-контент поощряет читателя выполнять действие, например, при совершении покупок посетителю придется вводить адрес оплаты и доставки, т.е. создавать свой собственный контент в форме ввода данных с какими-то текстовыми полями.

Текст-контент также передает информацию о контексте. Название компании, изложение ее задач, текст в главном меню, новости и т.п. – все это указывает посетителю на владельца веб-узла, цели и значения веб-узла в его жизни.

Как известно, основу туристической индустрии составляют туроператоры и турагенты, занимающиеся организацией туристическими поездками, продажей их в виде путевок и туров, предоставляющие услуги по размещению и питанию туристов (гостиницы, кемпинги и др.), их передвижению по стране, а также органы управления, информации, рекламы по исследованию туризма и подготовке для него кадров, предприятия по производству и продаже товаров туристического спроса.

На туризм работают и другие отрасли, для которых обслуживание туристов не является основным видом деятельности (предприятия культуры, торговли, государственные организации и др.). Естественно при создании туристического веб-сайта, цели этих фирм и организаций будут отличаться. Таким образом будет отличаться и информационное наполнение сайта (контент).

При проектирование контента туристических веб-сайтов прежде всего нужно учитывать саму природу информации, которая используется в индустрии туризма.

Во-первых, эта информация очень чувствительна ко времени, поскольку очень часто меняются даты, события, расписания и т.п.

Во-вторых, информация о туристических продуктах должна быть своевременно доступна из различных точек земного шара.

В-третьих, туристический продукт состоит из большого количества составляющих - транспорт, проживание, развлечения - которые также требуют быстрой доставки информации для координирования их удовлетворительной поставки.

Таким образом, при проектировании моделей построения туристической информационной системы, информацию необходимую пользователю на этапе до принятия решения, принято делить на статическую и динамическую.

#### **Статическая информация, это:**

- общая информация о предполагаемом районе пребывания, т.е. география, история, транспорт, культура, и т.д.;
- общие предложения от турагентов, туроператоров и т.д.;
- детальная информация индивидуального свойства (туристические формальности).

#### **Динамическая информация, это:**

- новости (в стране, регионе, городе): политическая ситуация, появление и презентация новых туристических предложений, погода и т.д.;
- тематические статьи;
- специальные предложения («горящие путевки»);
- «каскадные предложения».

Статистическая и динамическая информация каждого типа туристического веб-сайта будет отличаться, т.к. интенции туристических сайтов разные.

Однако при проектировании контента следует придерживаться определенных критериев его организации. В ходе анализа теоретического материала была дополнена классификация Широковой Г.В. по организации информации для туристических информационных систем.

Согласно данной классификации при организации веб-сайтов туристического типа следует учитывать следующие информационные блоки контента:

## **1. Статическая информация**

- **О проекте / о компании**

Цели туристического веб-сайта; информация об организаторах туристического веб-сайта; контактная связь и координаты; информация о лицензии; размер финансовых гарантий; достижения туристической компании; список сотрудников и т.п.

- **Общее описание туристического продукта**

Прежде всего, информация о предлагаемых турах и услугах: типы туров, даты заезда, подробная программа по дням, стоимость тура, экскурсии, информация о проживании в отелях и авиаперелете и т.п.

- **Страноведческая информация**

Информация о природе, географии, населении в целом и отдельных народов страны, ее истории и культуры, особенностей политики, транспорта, хозяйства и окружающей среды.

- **Туристические фирмы и организации**

Информация о том, где можно приобрести или воспользоваться туристическим продуктом. Обычно, это туристические агентства или операторы.

- **Туристические формальности**

Сюда следует отнести правила въезда-выезда в страну; правила оформления визы; адреса посольств и консульств; особенности таможенного и валютного регулирования; необходимые телефоны и службы; режим работы учреждений и т.п.

## **2.Динамическая информация**

- **Динамические предложения**

Специальные предложения, горящие туры и каскадные предложения с описанием и ценами. В отличие от общего описания туристического продукта, информация в этом блоке постоянно меняется.

- **Туристические новости и события**

Новости (в стране, регионе, городе): политическая ситуация, появление и презентация новых туристических предложений, информацию об открытии новых отелей и направлений.

- **Тематические статьи**

Статьи туристической тематики.

- **Информация о погоде в регионе**

Информация о погоде в регионе предоставления туристического продукта.

- **Туристический форум**

Сервис, предназначенный для обсуждения любых вопросов туристической тематики.

- **Акции и розыгрыши**

Информация о различных рекламных акциях, розыгрышей скидках.

- **Отзывы**

Мнения и комментарии туриста о туристическом продукте, услуге, гостинице, турфирме. Обычно отзывы содержатся в описании туристического продукта.

- **Модуль бронирования авиабилетов**

Система позволяющая найти и получить необходимую информацию о рейсе (стоимости, наличие мест, время...) и забронировать билет на самолет в режиме реального времени.

- **Модуль бронирования Ж/Д билетов**

Система позволяющая найти и получить информацию о стоимости ж/д билета, наличие мест на поезд, время отправления и т.д., и забронировать билет на поезд в режиме реального времени.

- **Модуль бронирования гостиниц**

Система позволяющая бронировать любые типы номеров и различные тарифы на проживание, а также бронирование любых дополнительных услуг отеля в режиме реального времени.

- **Модуль бронирования и подбора тура**

Система позволяющая туристу или агентству в максимально короткий срок найти и забронировать тур в режиме реального времени.

- **Модуль контроля и редактирования заказа**

Система позволяющая контролировать и редактировать забронированный тур или услугу.

Согласно рассмотренной классификации контент каждого типа туристического веб-сайта будет иметь свои особенности организации исходя из содержания и целей проектируемого веб-сайта.

Выявленные особенности будут полезны веб-верстальщикам, контент-менеджерам, копирайтерам при проектировании контента туристического веб-сайта.

### *Литература:*

1. Ашманова И.С., Иванова А.А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. – Питер, 2009.
2. Воскресенский В.Ю. Международный туризм с основами туристического страноведения. М., 2004.
3. Прайс Д., Прайс Л. Текст для Web: доступность и привлекательность.: Пер. с англ. – М.: Издательство дом “Вильямс”, 2003.

4. Широкова Г.В. Проблемы информационного обеспечения регионального планирования развития туризма. /Актуальные проблемы развития туризма на современном этапе: Тезисы докладов и выступлений Второй научно-практической конференции. – СПбГУ. 1998.

### **Особенности дискурса анонимного общения в сети Интернет**

Андросова М.А., Коробейников М.А.

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

#### ***Аннотация:***

*В данной статье рассматриваются лингвистические особенности дискурса деперсонафицированного Интернет-общения, на основе анализа фактологического материала определяются его графические, лексические и прагматические особенности.*

В связи с развитием и растущей доступностью информационных технологий, Интернет-опосредованное общение приобретает все большую популярность, поскольку позволяет большую свободу общения, как в пространственном и временном аспекте, так и в социальном, психологическом и языковом. Растет популярность разнообразных форумов, социальных сетей как средств репрезентации собственного мнения.

Один из аспектов, делающих Интернет-опосредованное общение привлекательным – это возможность общаться анонимно. В стандартной коммуникативной ситуации все участники являются носителями тех или иных социальных ролей и имеют возможность оценить степень авторитетности высказываний другой стороны, выбрать адекватную реакцию, однако это ограничивает свободу выбора как тематики, лексики, так и коммуникативных стратегий в целом. Например, если кто-то из



коммуникантов признается авторитетом в обсуждаемом вопросе, то высказанное им мнение оспаривается реже, чем мнение «любителя», то есть собеседники предпочитают не высказывать свое несогласие дабы не потерять лицо, или просто потому, что им скучно и неинтересно вступать в конфронтацию. Чтобы избежать подобных ситуаций, многие участники форумов предпочитают использовать ники (от англ. nickname прозвище), которые могут не иметь ничего общего с их реальным именем. Такая анонимность дает ощущение коммуникативной свободы и безопасности, когда пользователь может сказать все что хочет и кому хочет, участник коммуникации перестает выступать как носитель определенной социальной роли, а также исчезают его гендерно-возрастные и социальные параметры, в результате чего анонимное общение в интернете перестает представлять собой акт коммуникации между людьми-личностями, а представляется скорее в виде своего рода «диалога» высказанных мнений.

Таким образом, Интернет-опосредованное общение имеет следующие **конститутивные признаки**:

1. виртуальность общения с воображаемым, неизвестным собеседником;
2. опосредованность связи между коммуникантами (не непосредственно, напрямую, апри помощи электронного сигнала);
3. дистантность;
4. высокая степень проницаемости, т.е. соучастником или участником общения может оказаться любой человек;
5. по преимуществу статусное равноправие участников коммуникации;
6. наличие специфической компьютерной этики;
7. появление специфических лексических и графических средств для передачи отношения к теме коммуникации (эмоций, мимики).
8. наличие графических средств для выделения актуальной информации, включая гипертекст, позволяющий изменять, дополнять, стирать, исключать или включать идеограммы, мелодии, видеоклипы.

Интернет служит своего рода «испытательным полигоном» для языка, где тот «обкатывает» новейшие тенденции и варианты творческой языковой самореализации людей. В этой связи вполне очевидным представляется положение о том, что язык, обслуживающий коммуникацию в Интернете, подвергается трансформации в самых различных аспектах: на уровне лексики, правил построения высказываний и связного текста, коммуникативных стратегий и тактик. О формировании нового стиля – стиля Интернет-общения – свидетельствует целый ряд особенностей, на которые обращают внимание даже обычные пользователи Интернета, не склонные к глубокой рефлексии над языком. Наиболее значимыми из них являются следующие: нарушение орфографических норм, смешение речевых стратегий, компьютерный сленг, элементы которого переходят в общеупотребительную лексику, использование заимствованных слов, возникновение и распространение интернет-мемов; а также появление и быстрое обретение популярности своеобразных стилей употребления русского языка, типичных сугубо для коммуникативного пространства Интернета.

Как **материал для исследования** особенностей дискурса анонимного общения в сети Интернет были взяты тексты различных обсуждений с анонимного сетевого форума «Двач» (режим доступа <http://2ch.so>), а также приложенные к этим текстам участниками анонимных дискуссий изображения. Общий объем отобранного для исследования текстового материала составил 100 обсуждений, объем ответов в которых варьируется от 50 до 500. Графический материал, отобранный в ходе исследования, представляет собой 500 изображений (общим объемом в 50 Мб).

Данный ресурс был выбран в качестве источника материала для анализа, так как он является крупнейшим предоставляющим возможность анонимного общения ресурсом в русскоязычном сегменте Интернета, значительно превосходящим существующие в Рунете аналоги как по количеству сообщений (в разделе /b/ на 30.05.2012 было опубликовано более

29 миллионов сообщений), так и по количеству посетителей, обладая аудиторией, составляющей более 10000 уникальных посетителей в день.

В результате анализа данного материала получены следующие эмпирические данные.

На **графическом уровне** текстам дискурса анонимного общения свойственно как использование стандартных типографических средств выделения текста, так и интерактивность, свойственная компьютерным текстам в целом. 75% сообщений содержат комбинированное оформление текста сообщения. Группу из оставшихся 25% можно поделить на три части: 5% сообщений содержат текст, написанный только полужирным начертанием, 10% сообщений содержат лишь текст, написанный заглавными буквами, и столько же процентов сообщений или не содержат текст, или содержат текст, написанный без использования комбинированного оформления. Также на графическом уровне дискурс анонимного общения характеризуется использованием специальных символов, например, т.н. «трифорса» (англ. triforce). Трифорс представляет собой комбинацию из трех специальных символов «▲», преобразовывающуюся в самоподобный треугольник. Однако, в силу особенностей технической реализации имиджборд, требующих использования специальных символов, использовать этот символ удастся не всем, так как нельзя просто взять и скопировать эти символы. Следовательно, все, отправившие сообщение с неправильным трифорсом, выставляют себя как новички, и подвергаются высмеиванию, что, несмотря на анонимность, все равно неприятно.

На **лексическом уровне** дискурс анонимного общения в Интернете примечателен широким использованием эвфемизмов, заимствованных со сторонних интернет-ресурсов слов, а также созданием собственных неологизмов, как по уникальным моделям словообразования, характерным для дискурса анонимного общения, так и с помощью творчески самовыражающихся посетителей анонимных форумов. Также к числу важных лексических особенностей дискурса анонимного общения можно

отнести использование речевых клише, в чьей основе также лежит лексика, характерная для анонимного общения в Интернете.

- *эвфемизмы* – слова и фразы с нейтральным значением, замещающие собой какое-то слово с негативным смысловым оттенком. Объем сообщений, где используются эвфемизмы, может достигать 85%.
- *заимствованные слова* – в этой группе находятся слова, заимствованные с англоязычных ресурсов аналогичной тематики. Зачастую такие слова подвергаются искажению на основе фонетической схожести, как, например, подверглась искажению фраза «same person», ставшая словом «сеймперсун» и, позднее, «семен». В качестве примера заимствованных слов можно привести «сеймперсун», «соус» (искаженное «source»), «гет» (от англ. «to get»), «пруфлинк» (от англ. «proof link»). В связи с тем, что подобные слова стали неотъемлемой частью словаря анонимного общения, заимствованные слова в сообщениях встречаются довольно часто, в среднем в от 50 до 70% сообщений;
- *неологизмы* – в этой группе находятся слова, так сказать, собственной разработки, не имеющие аналогий в иных языках и однозначно непонятные людям, не знакомым со спецификой анонимного общения. В качестве примера таких слов можно привести слова «нодвачефон» и «битардск». Являясь яркими примерами словотворчества, неологизмы встречаются реже заимствованных слов, в 30% процентах сообщений;
- *кибер-вульгаризмы* – образованы путем искажения ненормативной лексики как русского, так и английского языков. Несут в себе изначальное лексическое значение, однако могут являться и вводными словами и междометиями. Отсутствие порицания за использование обценной лексики, а также отсутствие табуированной лексики как такой вообще является одной из наиболее примечательных особенностей дискурса анонимного общения. Мотив подобных лексических трансформаций прост и понятен, а именно — желание придать тексту большую выразительность, экспрессивность и эмоциональность как можно меньшими усилиями, что,

в дополнение к отсутствию каких-бы то ни было ограничителей как морального, так и административно-уголовного характера, результирует как в использование обценных слов и фраз, так и в создание новых. К числу подобных выражений можно отнести слова «блджад» (рус. слово, дважды пропущенное через автоматический транслитератор), «пинус» (от англ. «penis»). Статистика по кибер-вульгаризмам практически совпадает со статистикой по фразам унижения собеседника, также составляя порядка 20% сообщений;

- *аббревиатуры* – как правило, образуются из характерных для дискурса анонимного общения речевых штампов, тем самым упрощая их использование в речи. Например, «ГСМ» (от рус. «гуманитарный склад мышления»), «ИТТ» (от англ. «In this thread»). Важно отметить, что аббревиатуры являются относительно редкими лексическими единицами анонимного общения, и могут быть встречены лишь в 10% сообщений.

Другой важной особенностью дискурса анонимного общения является широкое использование таких **паралингвистических средств**, как изображения. Изображения для анонимного общения играют ту же самую роль, что и псевдографические элементы, известные как «смайлики», играют для интернет-опосредованного общения в целом, являясь, однако, их более совершенной с точки зрения объема и качества кодируемой информации версией. Дискурс анонимного общения допускает как самостоятельное употребление изображений в сообщении, так и комбинирование изображений с текстом. Прагматический смысл использования изображений и как самостоятельных элементов дискурса анонимного общения в Интернете, и как частей комплекса “изображение - текст” является прямым следствием лингвистической особенности изображений вообще – а именно полисемантической природы изображения как языкового знака.

Из числа **общедискурсивных** характеристик в случае дискурса анонимного общения наиболее примечательны такие, как

персонифицированность, ситуативная обусловленность, коммуникативность и коннотативность.

При анализе **персонифицированности** было выяснено, что дискурс анонимного общения деперсонифицирован, что заключается в отсутствии достоверной информации о собеседнике или в неполноте информации о нем.

**Ситуативная обусловленность** дискурса анонимного общения приводит к снижению психологического и социального риска в процессе общения, что проявляется в виде раскрепощенности, ненормативности и некоторой безответственности участников общения, проявляемой в выборе лексики для общения.

**Коммуникативность** дискурса анонимного общения характеризуется непредставленностью друг другу партнеров по коммуникации, в результате чего устраняется целый ряд существующих в общении барьеров, обусловленных, к примеру, полом, возрастом, социальным статусом, привлекательностью или непривлекательностью участников общения, а также степенью коммуникативной компетентности человека, точнее, ее невербальной частью.

**Коннотативность** дискурса анонимного общения позволяет говорить о феномене компенсаторной виртуальной эмоциональности, выражающемся в том, что все те ограничения, которые в виртуальном пространстве сопутствуют эмоциональному компоненту общения, компенсируются возможностью активного использования разного рода паралингвистических элементов.

Таким образом, анализ лингвистических особенностей дискурса деперсонифицированного Интернет-опосредованного общения демонстрирует динамику изменений в языке, обусловленных интеграцией современных информационных технологий в межличностную коммуникацию.

### *Литература:*

1. Бондаренко С. В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ / Бондаренко Сергей Васильевич. – Ростов-на-Дону, 2004. – 399с.
2. Горошко Е. И. Гипертекст 3.0: лингвистический анализ // Гипертекст как объект лингвистического исследования 2010г. Режим доступа: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=215>
3. Дедова О. В. Лингвосомиотический анализ электронного гипертекста (на материале русскоязычного Интернета). Дисс. докт. филол. наук. М. МГУ, 2006. – 525с.
4. Максимова Н. Г. Электронный текст в ограниченном коммуникативном пространстве / Н. Г. Максимова // Вестник Чувашского университета. – 2007. – № 4. – С.193-196.
5. Михайлов В. А., Михайлов С. В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества // Сборник научных трудов "Актуальные проблемы теории коммуникации". СПб. - Изд-во СПбГПУ, 2004. - С.34-52.
6. Burnett, R., Marshall, D. Web Theory: An Introduction. – London - New York: Routledge, 2003, P. 51-74.
7. Gates, B. Content is the King (1996). - [Электронный ресурс]. – Интернет-публикация // Sick Site Syndrome Режим доступа: <http://www.sick-site-syndrome.com/articles/content-is-king.shtml>

## **Анализ перевода синтаксической компрессии с английского языка на русский**

*Турс Я.В.*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

### ***Аннотация:***

*В настоящих тезисах приводятся выводы, полученные в результате работы по анализу переводов синтаксической компрессии с английского языка на русский.*

Компрессия как специфическое лингвистическое явление возникает тогда, когда имеется возможность сокращения некоторой части текста без сколько-нибудь существенного ущерба для его содержания. При современной деформации языка, его засорении, вопрос оптимального способа передачи информации выходит на первый план. Вследствие этого, данная тема несет в себе широкое, глобальное значение в условиях современной речевой деятельности. Лаконичность и правильность изложения мысли - неотъемлемое условие современного общения. Проблема точной передачи информации, выраженной в одном языке средствами другого, актуальна не только в лингвистике, но и во всех областях науки.

Вопрос компрессии неизбежно встает при переводе как с английского языка на русский, так и с русского на английский. Невозможно осуществлять перевод, не владея навыками компрессии текста.

Практическим материалом для исследования послужили произведение Д.Х. Чейза «Кейд» (J. H. Chase "Cade") и два его перевода, выполненные переводчиками А.Г. Краснослободским и Г.С. Згерским.

Предметом исследования стал анализ перевода предложений, содержащих синтаксическую компрессию.



Теоретической основой послужили труды таких лингвистов как Щерба Л.В., Арнольд И.В., Ципф Дж., Мартине А., Пауль Г. Вайнрайх Г., Гак В.Г., Лекант П.А. Есперсен О., Вардуль И.Ф., Реформатский А.А.

В своей работе мы пришли к выводу, что исследуемое явление синтаксической компрессии подразделяется на следующие виды: эллипсис, бессоюзие, герундиальный оборот, инфинитивный оборот, причастный оборот. Были рассмотрены отличительные черты каждого вида и сделан вывод о том, что необходимо рассматривать приемы перевода каждого вида отдельно.

Также были рассмотрены существующие рекомендации по переводу каждого вида синтаксической компрессии, послужившие основой для оценки релевантности и адекватности переводов.

В ходе проведенного исследования на основе теоретического материала было отобрано 200 предложений, содержащих синтаксическую компрессию. Указанные случаи были распределены по видам и подвидам и проанализированы на предмет определения трансформаций, примененных разными переводчиками. Выявленные трансформации были проанализированы с точки зрения их частотности, а также адекватности полученного перевода и, следовательно, уместности применения конкретной трансформации при переводе рассматриваемого вида синтаксической компрессии. В своей работе мы опираемся на классификацию переводческих трансформаций Комиссарова В.Н., а также частично на классификации Левицкой Т.Р. и Рецкера Я.И.

Рассмотрим анализ перевода явлений синтаксической компрессии на некоторых примерах:

Одним из частотных приемов перевода является модуляция:

- How about a drive up to the mountain?

- *Impossible.*

– Как насчет того, чтобы прокатиться в горы?	– Может, махнем в горы? – Я, к сожалению, не могу.
--	---

– Не получится.	
-----------------	--

Такие варианты перевода более адекватны, нежели дословное «Невозможно», следовательно, употребление этого приема оправдано.

В следующем примере в переводе Згерского недостает важной части информации, что даже искажает смысл: исходя из его перевода, читатель решит, что речь идет о плохом фоторепортере, в то время как описывается герой, в прошлом бывший отличным фоторепортером, что правильно передано в переводе Краснослободского, воспользовавшегося синтаксическим развертыванием. Пожалуй, он выбрал наиболее удачную трансформацию из всех возможных, так как дословный перевод мог бы стать причиной неполного понимания смысла:

Ron, this is Cade, *one time ace photographer*. [one time he was]

Рон, это Кейд, он в свое время был классным фоторепортером.	Рон, это Кэйд, "ударный" фоторепортер, в командировке.
Синтаксическое развертывание	Опущение элемента

Следует также отметить, что в некоторых случаях удачно применен прием целостного преобразования:

'*You there?*' Wand said impatiently.

– Алло! Ты у телефона? – нетерпеливо спросил Уонд.	— Алло! Ты у телефона? — нетерпеливо спросил Уонд.
--	--

На примере указанных вариантов перевода мы видим, что, несмотря на то что эти пары не имеют ни общей внутренней формы, ни схожих семантических компонентов, они вполне согласовано передают общее смысловое содержание. В действительности при переводе именно разговорной речи необходимо использование целостного образования. В данном случае буквальный перевод был бы неадекватен.

Ниже представлена одна из полученных в результате исследования таблиц, отражающая частотность применения переводчиками различных трансформаций при переводе эллипсиса:

Трансформации	Перевод Краснослободского	Перевод Згерского
	Количество примеров с трансформациями (%)	
Дословный перевод	42,85	32,14
Добавление грамматикализованного элемента	3,5	3,5
Грамматическая трансформация (замена части речи)	1,75	1,75
Грамматическая трансформация (падеж)	1,75	1,75
Замена членов предложения	0	1,75
Модуляция	17,85	17,85
Опущение элемента	10,71	14,28
Синтаксическое развертывание	10,71	10,71
Целостное преобразование	1,75	1,75
Членение предложения	0	1,75

*Табл.1. Частотность трансформаций при переводе эллипсиса*

При анализе перевода бессоюзных предложений было выявлено, что модуляция является очень распространенным приемом перевода этого явления, и это интересно, так как этот вид трансформации отсутствовал в рекомендациях к переводу, однако является весьма продуктивным и, более того, эффективным средством. Еще одним интересным приемом перевода

бессоюзия является опущение элемента, при чем опускается чаще всего тот элемент, с которым изъяснительное придаточное стоит в зависимой связи. Также было установлено, что членение предложения в данном случае является хоть и не слишком распространенной, но весьма удачной трансформацией.

При переводе герундиального оборота наиболее распространенной трансформацией является замена части речи, не указанная в рекомендациях к переводу, однако являющаяся, как показала практика, эффективным приемом. Нужно отметить, что перевод герундиального оборота дословно невозможен ввиду отсутствия соответствующего грамматического явления в русском языке.

При переводе инфинитивного оборота наиболее частотной трансформацией является замена членов предложения, что соответствует рассмотренным выше рекомендациям по его переводу ввиду отсутствия в русском языке соответствующей грамматической конструкции.

При переводе причастного оборота, относящегося к глаголу, наиболее частотной является грамматическая трансформация, а именно, замена части речи. При переводе причастного оборота, относящегося к существительному, по частотности лидируют дословный перевод и модуляция, не указанная в рекомендациях, но являющаяся высокопродуктивным способом перевода этого явления.

Таким образом, было сделано заключение относительно качества проанализированных переводов. На основе выводов о применяемых при переводе синтаксической компрессии трансформациях можно внести дополнения в рекомендации по ее переводу.

## Исчезающие, «больные» и возрожденные языки

Турс Я.В.

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск

### *Аннотация:*

*В тезисах приводятся выводы, полученные в результате обзора языковой ситуации в мире и текущему развитию языков.*

Язык есть главное средство общения людей и поэтому всегда существует в обществе. Пока есть люди, которые пользуются языком как основным средством общения, язык жив, он непрерывно изменяется.

Язык не только отражает культуру своего народа, его социальное устройство, менталитет, мировоззрение и многое, многое другое, но и хранит накопленный им социокультурный пласт, который служит важнейшим и эффективнейшим способом формирования следующих поколений, то есть инструментом культуры. В идиоматике языка, то есть в том слое, который, по определению, национально специфичен, хранится система ценностей, общественная мораль, отношение к миру, к людям, к другим народам. Фразеологизмы, пословицы, поговорки наиболее наглядно иллюстрируют и образ жизни, и географическое положение, и историю, и традиции той или иной общности, объединенной одной культурой. Язык хранит культуру народа, хранит и передает ее последующим поколениям.

Язык - живой, непрерывно функционирующий и непрерывно изменяющийся организм. Метафора «живые и мертвые языки» отнюдь не случайна. Все языки когда-то родились, и одни из них умерли давно, некоторые недавно, а некоторые умирают сейчас. Согласно данным ЮНЕСКО, около половины из примерно 6 700 языков мира находятся под угрозой вымирания.

Как считает Кристиан Леман (Германия), число языков было самым большим в 15 веке, т.е. до колонизации Африки, Америки и Австралии. По

оценкам экспертов, к концу 21 в. из 6000 языков Земли уцелеет только 10% языков [2]. Ежегодно исчезает около 12 языков. В доколумбовой Северной Америке было 1500 языков, сейчас их осталось несколько десятков. В Канаде таких угасающих языков (индейских) свыше 50, в Южной Америке — более 100, в Африке — около 200; в Австралии из 2000 еще недавно живых, хотя и малочисленных местных языков после смены двух-трех поколений уцелеют лишь около 200 языков [4].

Существует только восемь языков, на которых говорят более ста миллионов человек. Около 2,5 миллиардов человек рождены в районах с национальными языками/диалектами, большинство из них одноязычно, и поэтому язык играет огромную роль и пронизывает все сферы их жизни.

Тревогу вызывает не только угасание больных языков и исчезающих языков, но и сужение сфер использования здоровых, в том числе языков международного общения и языков великих культур – вследствие экспансии мировых языков, особенно английского. Против засилья английского языка в международных коммуникациях, в рекламе, в бизнесе аудио-, видеозаписей и шоу-бизнесе, в Интернете постоянно выступает национально озабоченная общественность Западной Европы, особенно во Франции, Португалии, Испании, Германии, Италии. Однако это не столько защита «родного языка в родной стране», сколько конкуренция сильных языков за регионы распространения в мире, за сохранение и упрочение своей роли в международной политике и культуре.

«Языки умирают не потому, что исчезают их носители, а потому, что носители выбирают другие языки», – считает бременский лингвист профессор доктор Томас Штольц. Как правило, на двуязычных территориях один язык постепенно сдает позиции другому, имеющему большее политическое и экономическое значение, и вытесняется даже из бытовой сферы. Это обусловлено тем, что, стремясь улучшить свое положение в обществе, определенное поколение не ставит перед собой задачу передать свой язык детям, и родным для их детей становится доминирующий язык.

Если эти дети в свою очередь передают следующему поколению только доминирующий язык, то в итоге поколение дедушек и бабушек и поколение внуков будут говорить на разных языках.

Так, например, в Гватемале во времена политических преследований индейцы майя не передавали свой язык детям из страха перед последствиями. Бретонцы отказались от своего кельтского языка по экономическим причинам: носители этого языка в будущем могли стать разве что рыбаками в своей деревне. Поэтому родители надеялись, что, если родным языком их детей станет французский, у них появится шанс на социальный взлет. Билингвальное воспитание они не рассматривали, так как считали излишним создавать себе дополнительные сложности из-за «малоценного» бретонского языка. По мнению Штольца, это «стандартные истории, происходящие по всему миру».

Опасность, которую несет вымирание языков, видится в следующем: социальный взлет, который связывают со сменой языка, зачастую не происходит, зато происходит потеря корней, утрата связи с предыдущим поколением. В результате человек как бы «застревает» между двумя мирами и не чувствует себя интегрированным ни в одно, ни в другое общество. Пример такой ситуации – дети иммигрантов в Германии. В экстремальном случае возможно появление целых поколений людей, «не имеющих родины».

Языки могут и возрождаться, если на это направлена государственная политика. (например, эскимосский язык в США, язык саами, иврит – современная модификация древнееврейского языка).

Свои проблемы со «здоровьем» языков решают народы Восточной Европы. Перестройка и гласность, а затем падение Берлинской стены, распад СССР и образование новых независимых государств привели к значительному возрождению языков бывших советских республик. Процессы национального возрождения начинались в разных стартовых условиях и шли с разной силой, однако нет сомнения в том, что национальный подъем был повсеместным. Титульные языки бывших

советских республик стали государственными; резко выросли объемы коммуникации на всех без исключения новых государственных языках, расширились их социальные функции и перспективы; поднялся престиж. Однако возрождение языков на постсоветском пространстве — это длительные и непростые процессы, и все же они набирают силу.

Однако обретение народом независимости и придание языку государственного статуса не всегда ведет к возрождению языка. Пример — ирландский язык, который стал первым государственным языком Ирландской Республики в 1921 году. Никакие меры (обязательное изучение в школе, сдача экзамена по ирландскому языку при вступлении на государственную службу) не смогли вернуть его к жизни по всей стране. Сейчас на нем говорят только в гэлтахтах (сельских районах на западе острова) [5].

Не все языки можно спасти; действия по сохранению и возрождению языка могут иметь смысл только при поддержке самих говорящих на нем людей. Языку нелегко выжить в современных условиях: для этого он должен использоваться во многих значимых областях — например, в образовании, в прессе, в государственных учреждениях; также язык должен высоко цениться теми, кто говорит на нем. Для этого необходима возможно более полная и всесторонняя документация языка, помогающая, в частности, при выборе или создании стандартных языковых форм, стандартизации письменного языка, совершенствовании учебного материала, сборе и издании литературных и фольклорных текстов [1].

### *Литература*

1. Акт ЮНЕСКО о позиции в образовании «Образование в многоязычном мире»//Когда, где, как и почему это произошло/гл.ред.Майкл Уорд Дэвисон. – М., Ридерз Дайджест, 1998, С.434



2. Кибрик А.Е. Очерки по общим и прикладным вопросам языкознания (Универсальное, типовое и специфическое в языке). М.: Изд-во МГУ, 1992.- 336с.
3. Леман К. Документация языков, находящихся под угрозой вымирания (Первоочередная задача лингвистики) // Вопросы языкознания. 1996. № 2. С. 180— 191.
4. Потапов В.В. К современному состоянию проблемы вымирающих языков в некоторых регионах мира // Вопросы языкознания. 1997. № 5. С.3 - 15.
5. Шарафутдинова Н. С. Лингвистическая типология и языковые ареалы: учебное пособие. - 3-е изд., пер. и доп. - Ульяновск: УлГТУ, 2012. - 168 с.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Мелихова А. А.</b> Иноязычная текстовая деятельность как гуманираная основа развития компетентного технического вуза.....	3
<b>Вечканова М. П.</b> Особенности перевода руководств по PHP и MySQL.....	8
<b>Соколова А. И.</b> Локализация русскоязычного веб-сайта для немецкоговорящих пользователей.....	11
<b>Васильева Т.В.</b> Ассимиляция заимствований в английском языке.....	14
<b>Гаврикова О.Н.</b> Тема-рематические отношения в переводе технической документации .....	20
<b>Кошкин И.С.</b> Явление синтаксической редукции в английском языке.....	24
<b>Лазарева О.О.</b> Проблема локализации кинофильмов .....	32
<b>Мугина М. Н.</b> Инверсия как носитель эмоционального заряда в английском языке.....	36
<b>Павловская Е. А.</b> Особенности передачи комического эффекта при переводе произведения А. Милана «Вини-Пух и все-все-все».....	42
<b>Пушкарева А. А.</b> Сравнительный анализ эксплицитных и имплицитных способов выражения интенции просьбы.....	46
<b>Захарова В.И.</b> Способы перевода слов-кванторов на материале немецкого языка .....	54
<b>Кулакова Т.А.</b> Локализация пользовательской документации к программному обеспечению на базе пользовательской документации к системе управления содержимым сайта WordPress.....	59
<b>Перкина А.Н.</b> Концепт «гламур» в печатных средствах массовой информации (на материале немецкого и русского языков).....	62
<b>Автономова С.А.</b> Перевод терминологии в области «Энерго-ресурсосбережения» (на материалах немецкого и русского языков).....	68
<b>Трусев Н.К.</b> Анализ локализации компьютерной игры World of Warcraft.....	75
<b>Тяпкаева Г. Р.</b> О проблемах и подходе к выявлению призывов, разжигающих ненависть и вражду, при лингвистической экспертизе текстов СМИ.....	80
<b>Худобина Л. А.</b> Окказионализмы как средство выразительности .....	87
<b>Чамина О. Г., Ефремов И. О.</b> Специфика проектирования контента туристических веб-сайтов .....	92
<b>Андросова М. А., Коробейников М. А.</b> Особенности дискурса анонимного общения в сети Интернет .....	98
<b>Турс Я. В.</b> Анализ перевода синтаксической компрессии с английского языка на русский.....	106
<b>Турс Я. В.</b> Исчезающие, «больные» и возрожденные языки .....	111