

Что касается реалий, названий организаций, должностей, здесь простора для творчества у переводчика нет или очень мало. Названия международных организаций, принятые обозначения важных исторических и политических событий, географические названия и ряд других реалий – то, что любой переводчик, работающий в сфере массовой коммуникации, просто обязан знать. Поэтому в большинстве подобных случаев выбора эквивалентов у него либо нет вообще, либо он ограничен двумя-тремя альтернативными вариантами.

Для правильной передачи в переводе аллюзий и цитат также нужны фоновые знания и хотя бы минимальная эрудиция. Там, где интуиция или контекст подсказывают, что в тексте спрятана цитата, переводчику с английского языка могут помочь англоязычные словари цитат. Никто не может знать наизусть все тексты всей мировой литературы, названий всех фильмов и т.п., однако переводчик должен компенсировать недостаток подобных знаний интуицией, языковым чутьём и постоянным обращением к словарям и другой справочной литературе (и, конечно, расширением своей эрудиции).

Литература

1. Тураева Ж.Я. Особенности перевода языка газеты. – М.: Просвещение, 1996.
2. Комисаров В.Н. Лингвистика перевода. – М.: Высшая школа, 2000.

АНГЛО-АМЕРИКАНИЗМЫ КАК ИСТОЧНИК ОБОГАЩЕНИЯ ЛЕКСИЧЕСКОГО СОСТАВА ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКИХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ)

М.С. Федорук

Белорусский государственный экономический университет

Французский язык, будучи живым организмом, находится в постоянном движении и развитии. Известно, что из всех составляющих языковую систему лексическая сторона является наиболее подверженной изменениям. Обновление словаря идет по двум основным направлениям: с одной стороны, новинки техники требуют своих номинаций, с другой – существует необходимость экспрессивной передачи чувств пользователей языка, реализации его прагматического

аспекта. Из чего следует, что мотивация появления в языке новых средств различна. Если новообразования первого типа являются продуктом тщательного осмысления, систематизированы, то вторые рождаются преимущественно спонтанно, индивидуально. Они чаще подвержены законам моды, их появление обусловлено конкретной ситуацией. Часто обозначение новых реалий происходит в результате заимствования из других языков. В последнее время французский язык испытывает значительное влияние со стороны английского языка. Однако французский язык начал вводить в свой обиход английские заимствования уже в эпоху Людовика XIV.

В современной французской речи исследователи насчитывают около 3000 англо-американизмов, при этом пресса – важный источник отражения процесса заимствования английской лексики.

Изучение языка французской газеты показывает, что не все англо-американизмы можно считать новым заимствованием, иногда мы имеем дело со случайным употреблением английского слова каким-либо автором.

Заимствованиями считаются слова, которые в данном языке не являются исконными, но которые закрепились в этом заимствующем языке и функционируют в нем на равных правах с исконными словами.

Но в ряде случаев то, что во французском языке с первого взгляда представляется заимствованиями из английского, может оказаться отнюдь не заимствованием, а сохранением старых французских слов, которые, перейдя в свое время в английский язык, существовали во французском и сохранились до настоящего времени.

Следует выделить следующие типы англо-американизмов, встречающихся в языке французской прессы:

1) денотативные – заимствуются вместе с понятиями, явлениями иностранной действительности (leader, label, йlocrocutiон);

2) коннотативные – обозначают понятия, имеющие свое французское наименование (week – end – fin de la semaine, leader – chef, barman – garçon);

3) двойные заимствования («бумеранги») – англо-американские заимствования во французском языке, имеющие исконно французское происхождение, т.е. заимствованные из французского английским континентальным языком в предшествующие исторические эпохи (court в 12 веке заимствованное английским из французского, в конце 19 века оно пришло во французский в значении «корт»).

Важным моментом в проблеме заимствований выступает освоение иностранных слов или адаптация.

Попадая в иноязычную среду заимствование проходит три этапа адаптации:

- 1) фонетическую;
- 2) морфологическую;
- 3) семантическую.

Другими словами, если для проникновения любого иностранного слова достаточно наличия грамматического оформления и фонетической обработки, то для его дальнейшего функционирования в заимствующем языке необходимо, чтобы это слово обладало признаком семантической самостоятельности. Таким образом, грамматическое оформление и фонетическая обработка могут считаться признаками освоения иностранного слова лишь при условии его семантической самостоятельности. Без этого фактора могло бы иметь место беспрепятственное проникновение слов данного языка в другой.

Процесс проникновения англо-американских заимствований во французскую прессу неизбежен в силу общественного развития государства, но с ним надо бороться тогда, когда он переходит границы объективно необходимой номинации, начинает дублировать французский язык, становится категорией излишне навязанной модой.

СТЕРЕОТИПЫ НАЦИОНАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ И ИХ ПРЕОДОЛЕНИЕ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ОБЩЕНИИ (НА ОСНОВЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА В КОРЕЙСКОЙ АУДИТОРИИ)

Г.П. Чирикова

Минский институт управления

Культура и язык немыслимы друг без друга. При изучении иностранного языка учащиеся усваивают не только звуковую форму слова, но и новую систему понятий, лежащую в их основе. Слово может отражать явление, для которого нет соответствия в культуре, родной для изучающего язык.

Сформировавшаяся под влиянием природных и исторических условий культура накладывает отпечаток на мировидение и миропонимание народа.