

все переменные модели статистически значимы. Коэффициент детерминации модели (2) $R^2 = 0,4431$ не смотря на небольшую абсолютную величину также статистически значим ($P = 0,0000$). Наиболее существенный вклад в формирование нормы сбережений оказывают, согласно модели (2), темп роста доходов населения и темп девальвации. Отметим, что переменная, характеризующая девальвацию, отвечает за увеличение сбережений населения в неорганизованной форме, т.е. в наличной валюте.

В таблице 2 представлены результаты тестирования модели (2) на спецификацию, исходя из которых, был сделан выбор в пользу модели с панельной структурой данных и случайными эффектами.

Таблица 2.

Название теста	Значение статистики	Вероятность	Вывод
F-тест	22,64	0,0000	Специфичный эффект
Тест множителей Лагранжа	90,19	0,0000	Случайный эффект
Тест Хаусмана	1,09	0,7800	Случайный эффект

Литература

1. Green, W.H. *Econometric Analysis*. “ Pearson Education International. “ 2005. “ 1026 с.

Секция 8

Лингвострановедение и методика преподавания иностранных языков

НАИМЕНОВАНИЯ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ И МЕХАНИЗМ ИХ ПЕРЕВОДА

Н.И. Мосунова

Минский институт управления, г. Минск, Беларусь
mossounova@tut.by

Значение туристической отрасли для экономики любой страны велико, поскольку эта отрасль считается экологически чистой, менее энергоемкой и затратной по сравнению со многими другими, так как основным ее продуктом является красота или целебные свойства природы и историко-культурное наследие страны, созданное в предыдущие эпохи. Именно поэтому развитие туристической отрасли стало приоритетным направлением экономики Беларуси. Важнейшим компонентом развития туризма является его рекламное обеспечение. Основа рекламной составляющей турбизнеса – перевод иностранных рекламных материалов на русский язык для выездного туризма, а также составление рекламных материалов о нашей стране и их перевод на иностранные языки для въездного туризма. Таким образом, рекламное обеспечение – потенциальная сфера деятельности выпускаемых нами специалистов по иностранным языкам. Рекламное обеспечение формирует имидж страны, и этот имидж оказывается напрямую зависящим от качества рекламных, в частности переводных, материалов, к которым, в первую очередь, относятся путеводители, а также брошюры, буклеты, листовки о конкретных туристических объектах и информация о них на сайтах.

Суть проблемы заключается в сложности как адекватного наименования туристских объектов, поскольку многие из них являются национально-культурными реалиями, так и форме их рекламной презентации, требующей соблюдения стилистических норм аналогичных материалов на конкретном иностранном языке. Так, в одном из рекламных буклетов о Минске на немецком языке такое устаревшее, но все еще бытующее гиперонимическое клише, как «точки питания», было переведено на немецкий язык калькой, чем, надо полагать, вызвало недоумение у немецкоговорящих гостей, у которых этот пункт обозначается как *Restaurants*, а в английских буклетах или путеводителях он может подаваться как *Dining opportunities*.

В туризме существует целый ряд направлений таких, как: деловой туризм, культурно-познавательный туризм, оздоровительный туризм, спортивный туризм, агротуризм, экотуризм, и др. Однако, наиболее развитым и, возможно, важнейшим направлением туризма, который является и объектом нашего внимания, является культурно-познавательный туризм, целью которого является знакомство с историко-культурными и природными достопримечательностями другой страны.

Основой рекламных материалов о достопримечательностях той или иной страны являются сами названия достопримечательностей и объектов сервиса (проживания, питания и др.). Учет функционального предназначения объектов, представляющих интерес для туристов, позволяет составить их приблизительную классификацию, не претендующую на абсолютную строгость и полноту. Но такая ориентировочная классификация может быть полезной для выявления тематических рядов лексических средств для обозначения одинаковых по функции объектов.

1. Архитектурные памятники: дворцы, замки, резиденции, поместья, усадьбы, дома-музеи. 2. Архитектурные памятники, связанные с религией: соборы, церкви, костелы, мечети, синагоги, аббатства, монастыри, лавры, и др.

3. Общественные здания, мемориальные комплексы и памятники: правительственные здания, мэрии, ратуши, общественные центры.

4. Музеи, картинные галереи, выставки.

5. Театры, концертные залы.

6. Учреждения образования: университеты, академии, колледжи, институты, школы.

7. Спортивные сооружения и спортивные мероприятия.

8. Национальные парки, заповедники, парки развлечений, ботанические сады.

9. Клубы, рестораны, дискотеки.

Как нам представляется, конкретные названия строятся по определенной логической схеме «имя функционального предназначения объекта + атрибут/атрибуты». И хотя эта схема, по-видимому, является универсальной для всех языков, адекватный перевод таких наименований зачастую вызывает определенные трудности у переводчиков, что обуславливает поиск **причин** этих трудностей и **способов их преодоления**.

Проблемы перевода наименований достопримечательностей обусловлены **экстралингвистическими и лингвистическими факторами**.

Экстралингвистическим фактором является реальная действительность, то есть существующие отличия в аналогичных по функции объектах в нашей стране и в чужой стране. Многие из таких наименований обозначают уникальный для другой культуры объект-реалию, например, the Museum of Tolerance - дословный перевод звучит как Музей терпимости, который представляет собой Музей расовой терпимости в Америке. Или Drive-in-theater – открытая площадка для автомобилистов, где смотрят фильм, не выходя из машины. Или, например, русская реалья *Дом культуры* может быть передана как community center.

Лингвистические факторы заключаются во влиянии на перевод наименования специфики самой языковой системы. К числу этих факторов можно отнести следующие:

1) несовпадение семантической структуры коррелятивных слов в русском и иностранном языках;

Так, например, в англоговорящих странах словосочетания law school, business administration school будут означать не среднюю школу, в которой изучается право или управление компанией или предприятием, а высшее учебное исследовательское заведение. Слово *институт* также вызывает проблемы т.к. в английском оно чаще обозначает научно-исследовательский институт, какое-либо общество или организацию, напр., The Institute of Contemporary Art – Институт современного искусства (в Бостоне, штат Массачусетс), который представляет собой музей, экспонирующий произведения современного искусства, а не вуз, хотя в Америке есть Massachusetts Institute of Technology. Для названия стадионов в английском языке используется ряд наименований: Stadium, Arena, Bowl (чаша). В англоязычных наименованиях спортивных сооружений не встречается слово *дворец* (ср., рус. *Дворец спорта, ледовый дворец*).

2) особенности логико-семантической и лексической сочетаемости слов;

Так, например, в русском языке мы имеем *Дворец профсоюзов*, перевод этого названия на английский язык калькой звучит непривычно, т.к. английский коррелят *дворца – palace* обозначает величественное здание, в первую очередь резиденцию монарха, аристократии или правительства.

3) отсутствие в названии объекта слово, именуемое его функциональное предназначение. Ср.: Covent Garden – Ковент-Гарден, знаменитый оперный театр Великобритании.

Для перевода таких наименований существуют различные приемы, и они используются в различных сочетаниях.

1. Имена собственные передаются транскрипцией или транслитерацией (Paul Getty Museum - Музей Поля Гетти). 2. Если в названии имеются имена нарицательные, отражающие назначение объекта и его характеристику, то они переводятся, т.е. используется прием калькирования. 3. При наличии имен собственных и нарицательных используется смешанная техника в виде сочетания транслитерации и кальки (Westwood Playhouse- Театр «Уэствуд Плейхаус», Petntages Theater – Театр «Пентаж» оба находятся в Лос- Анжелесе). 4. Если транслитерация или калькирование названия мало что говорит читателю перевода, в названии включается **гипероним**, именующий функциональное предназначение объекта (*Orange Bowl – Стадион «Оранж-Боул» в Майами*), или рядом дается краткий комментарий о характере этой достопримечательности (The Hollywood Bowl – «Голливудская Чаша», огромный на 17630 мест

открытый амфитеатр на склоне Голливудских холмов, где даются концерты классической и популярной музыки). 5. Если в названии на исходном языке некоторый существенный признак не эксплицируется, то в переводе названия он должен быть выражен (the Museum of Tolerance – Музей расовой терпимости, the Hollywood Wax Museum – Голливудский музей восковых фигур). 6. При переводе наименований достопримечательностей следует иметь в виду весь тематический ряд слов, используемых для обозначения аналогичных по функции объектов в другом языке, и подбирать наиболее близкий по смыслу вариант.

Для адекватного перевода переводчику следует привлекать лингвострановедческие словари и справочную литературу, использовать имеющиеся приемы и в трудных случаях прибегать к помощи аналогии - т.е. путем сопоставления с имеющимися официальными утвердившимися в литературе переводами наименований аналогичных по характеру объектов.

Литература

1. Томахин, Г.Д. США. Лингвострановедческий словарь. – 2-е изд., стереотип. / Г.Д. Томахин. – М.: Рус. яз., 2000. – 576 с.
2. Слепович, В.С. Курс перевода (английский<—> русский язык)/Translation Course / В.С. Слепович. – Минск: «ТетраСистемс», 2001. – 272 с.
3. Слепович, В.С. Практический курс перевода с русского языка на английский / В.С. Слепович. – Минск: БГЭУ, 2004. – 263 с.

ВОПРОСЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРЕВОДУ С ИНОСТРАННОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

С.Х. Серебрякова

*Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь
tsybul@bsu.by*

Перевод с иностранного языка на русский является как бы стержнем всего практического цикла перевода, поскольку только при переводе на родной язык к студентам могут быть предъявлены с самого начала в полной мере профессиональные требования (если ограничить трудность соответствующим подбором текстов и предоставлять студентам достаточно времени на выполнение перевода).

Обучение целесообразно начинать беседой об особенностях перевода как вида языковой деятельности, причем особое внимание следует обратить на главную трудность – преодоление противоречия между необходимостью верной и полной передачи французского текста и недопустимостью нарушения норм родного языка.

Конкретность и доходчивость объяснения обеспечивается использованием иллюстративного материала в виде небольших (до 500–600 печатных знаков) текстов (газетно-журнальные заметки полемического или информативного характера, обращения и приветствия, а также достаточно самостоятельные по содержанию композиции, отрывки из более крупных произведений).

Имеет смысл предложить студентам попытаться самостоятельно выполнить перевод текста. В ходе разбора перевода конкретизируется понятие «буквализма», т.е. чрезмерно формального уподобления перевода оригиналу как наиболее распространенной причины неполноценности перевода. Здесь же можно наглядно разъяснить, что такое «вольный» перевод, возникающий как вследствие недостаточного понимания переводимого текста, так и вследствие неумения передать содержание и стилистическое своеобразие текста средствами родного языка.

Следует заметить, что полноценный перевод предполагает способность переводчика к глубокому проникновению в содержание подлежащего переводу сообщения, что невозможно без наличия у переводчика четкой мировоззренческой позиции, без знания им существа сообщаемого ответном поведении адресатов при восприятии ими перевода.

Большую, если не решающую роль в обучении переводу на всех ступенях играет развитие у переводчика способности отличить удачный перевод от неудачного, умения аргументировано обосновывать и отклонять тот или иной вариант перевода.

Опыт подсказывает, что легче выработать у обучаемого сознательное отношение к чужому переводу, чем к своему собственному. Это вполне объяснимо и психологически, поэтому, наряду с переводными упражнениями, на первых занятиях следует проводить «демонстрационный анализ» опубликованных переводов.

Преподаватель должен так анализировать положительные и отрицательные моменты, чтобы у студентов начала вырабатываться правильная оценочная установка к имеющимся образцам и тем самым к предыдущему переводческому опыту, так и к своим собственным знаниям и возможностям.