

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИХ ПОЛЕЙ «УЧРЕЖДЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ» В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Тарасенко Д.С.

9 класс, МБОУ гимназии №1, г. Миллерово Ростовской области

*Руководитель: Ткачева Н.И., учитель английского языка, высшей квалификационной категории,
МБОУ гимназии №1, г. Миллерово Ростовской области*

Актуальность настоящего исследования определяется сразу с двух важных позиций. Во-первых, речь идет о значимости процессов номинации с точки зрения их лингвистической сущности, то есть исследования процессов образования языковых единиц, служащих для называния и вычисления фрагментов действительности и формирования соответствующих понятий о них в форме слов, сочетаний слов и предложений. Второй аспект данной проблематики носит в большей степени прикладной характер и выражается в сложности переноса закрепленных в том или ином языке за определенными лексемами понятий в другой язык. В этом другом языке данные понятия могут быть либо совсем не актуализированы на лексическом уровне, либо их содержание может быть иным образом распределено между лексическими единицами языка-реципиента. В результате это становится одной из наиболее сложных проблем при осуществлении межкультурной коммуникации и практического перевода текстов из одного языка на другой.

Объектом исследования являются механизмы преодоления лингво-культурологического барьера при осуществлении перевода с одного языка на другой и межкультурной коммуникации. Непосредственным же предметом исследования является лексико-семантическое пространство «Учреждения общественного питания» в английском и русском языке в сопоставительном плане.

Целью работы является изучение структуры лексико-семантического пространства «Учреждения общественного питания» в английском и русском языках и выявление смысловых несоответствий и проблемных сфер, которые могут затруднить работу переводчика и привести к так называемым «несыткам» при осуществлении межкультурной коммуникации.

Для достижения обозначенной цели необходимо решение следующих исследовательских задач:

- знакомство с основами теории лингвистической номинации;
- знакомство с понятиями “безэквивалентная лексика”, “лакуны” и “реалии”;

- знакомство с основами теории перевода;
- моделирование лексико-семантических полей «Учреждения общественного питания» в английском и русском языках;
- сравнительный анализ лексико-семантических полей «Учреждения общественного питания» в английском и русском языках (в переводческом аспекте) с целью выявления проблемных аспектов с точки зрения переводческой практики и практики осуществления межкультурной коммуникации.

Основным методом исследования в работе явился лингвопрагматический анализ в сочетании с лингвокультурологическим анализом, предполагающий учет не только системно-языкового значения исследуемых единиц, но и широкого лингвокультурологического контекста их функционирования.

Материалом исследования явились лексические единицы из английского и русского языка, обозначающие различные объекты общественного питания. Материал собран из англоязычных и русскоязычных интернет-источников (сайтов учреждений общественного питания, рекламных объявлений туристических агентств и т.п.).

Научная значимость работы заключается в попытке обоснования с позиций современной теории номинации и современной теории перевода асимметричность семантических полей «Учреждения общественного питания» в исследуемых языковых культурах. **Практическая значимость** работы проявляется в возможности использования результатов проведенного исследования при изучении современного английского языка.

Работа состоит из введения, двух глав и заключения. Первая глава посвящена лингвистической теории номинации и проблеме переводческих стратегий в отношении безэквивалентной лексики. Во второй главе представлен анализ исследуемых лексических единиц из английского и русского языка на предмет их смысловых соответствий и выбора соответствующей переводческой стратегии. В заключении приводятся выводы по теоретическим и практическим аспектам исследования.

Общие вопросы языковой номинации в переводческом аспекте

1. Понятие языковой номинации

Язык – это знаковая система, т.е. упорядоченное множество элементов (знаков), которые находятся в определенной взаимосвязи друг с другом. Языковой системе противопоставляется речь как реализация этой системы в процессе коммуникации. Между словом и обозначаемым им предметом устанавливается условная связь в виде понятия об этом предмете. Связь между словом и референтом условна, поскольку прямой связи между ними нет.

Таким образом, слово – языковой «порок», материальный носитель понятия; понятие существует в слове как его значение. Значение – содержание слова. Слово как единство формы и значения возникает в процессе обозначения предметов и явлений действительности, т.е. как результат процесса номинации [5: 26].

В результате постоянного развития общества и освоения человеком предметного мира язык все более наполняется новыми наименованиями. Динамическое развитие познавательной и коммуникативной деятельности человеческого общества, в результате которой появляются новые реалии, предметы материальной и духовной культуры, ставит своей первостепенной функцией номинативную. Она предполагает способность языковой системы называть и вычленять фрагменты действительности, формируя понятия о них в виде слов, сочетаний слов, фразеологизмов и предложений, т.е. обеспечение всех сфер жизнедеятельности человеческого общества новыми наименованиями.

При трактовке всех вопросов, которые связаны с проблемой номинации, необходимо учитывать важнейшие факторы, которые содействуют появлению того или иного слова в языке. По мнению Б.А. Серебренникова, к этим факторам относятся «опыт, лингвистическая техника, человеческая психология и роль отдельного индивида, роль общества, влияние внешних условий, номинация и языковая система, взаимоотношение языка, мышления с окружающей действительностью» [12: 147].

Возникновение и функционирование лексических единиц детерминируется прежде всего потребностями общения и связано с процессами номинации, т.е. процессами называния того или иного объекта, явления, свойства и т.д.

Для построения высказываний, в которых говорящий передает своему собеседни-

ку или собеседникам ту или иную мысль, сообщает какую-то информацию, необходим строительный материал.

Номинация, в результате которой осуществляется создание этого строительного материала и тем самым создание системы материальных, чувственно воспринимаемых языковых знаков, призванных ответить на нужды языкового коллектива в обозначениях отдельных предметов и классов предметов, их свойств и отношений, а также фактов, событий и ситуаций, — чрезвычайно сложный процесс. Он характеризуется многообразием форм, способов, функций [1:9].

Главной же причиной своеобразия языковых картин мира является, однако, специфика номинативной деятельности человека, универсальной в своих процессуальных аспектах и диалектически противоречивой при выборе свойств и признаков, которые могут быть положены в основу наименования. Об этом свидетельствуют многочисленные несовпадения даже в звукоподражательной лексике в которой, казалось бы, единая техника номинации (имитация) и единый набор свойств (звуковые проявления), избираемые как основание для наименования, должны были бы обеспечить тождественный в разных языках результат. Такого тождества, однако, не происходит.

Сравним например, английское слово *sock-a-doodle-do* и русское *кукареку*, английское *mew-mew* и русское *мяу-мяу*, английское *quack-quack* и русское *кря-кря*, которые наряду с некоторым сходством звуковых форм обладают значительными различиями в этом плане. Еще более яркие расхождения наблюдаются там, где выбор свойств и признаков именуемого объекта, на которые опираются говорящие в процессе номинации, а также способа наименования и используемых номинативных средств свободен и достаточно произволен. Для процессов вторичной номинации характерна именно такая вариативность.

Многообразие свойств, отношений и связей обозначаемых объектов, их изменчивость и развитие при сохранении тождества, индивидуальность каждого отдельного объекта в классе однородных сущностей, равно как и специфика восприятия одного и того же объекта в разных ситуациях и разными людьми, создают возможность опоры при наименовании объекта на его сущностные, важнейшие, чаще всего функционально значимые характеристики и связи, с одной стороны, или же использование случайных, периферийных параметров.

На отражении во вторичных наименованиях реально существующих и значимых связей и функций объектов основано

наибольшее число аналогий в разных языках. Сравним например, английское слово winnowing-machine 'веялка' от winnow 'веять', sowing-machine 'сеялка' от sow 'сеять', threshing-machine 'молотилка' от thresh 'молотить' и их русские эквиваленты, в которых зафиксированы одни и те же признаки, а именно: функциональная предназначенность данных предметов. Многочисленны совпадения в выборе признака для наименования в названиях лиц по профессии, местожительству и других категориях слов.

В то же время даже в этой сфере вторичной номинации, основанной на отражении в имени важнейших свойств объектов, в разных языках возможны несовпадения и расхождения. Сравним например, английское слово bedroom 'комната с кроватью/кроватьями' и русское спальня 'комната, в которой спят', английское слово sitting-room 'комната для сидения' и русское гостиная 'комната для гостей', английское sailor 'тот, кто плавает' и русское моряк 'тот, кто связан с морем' и другие.

Наибольшие же расхождения (это, однако, не исключает и соответствий) наблюдаются при выборе в процессе создания наименования случайных, периферийных признаков и связей, т.е. в сфере метафорических переносов. Сравним английское eye во вторичных значениях 'ушко иглолки, пельца, глазок, соглядатай, осведомитель' и др. и русское глазок 'небольшое круглое отверстие в чём-нибудь, почка, срезаемая с растений для прививки, пигментное пятно (в окраске насекомых, птиц, медуз и др.)', а также 'кружок, пятнышко в рисунке ткани' и многие другие [1:11].

2. Безэквивалентная лексика

Различия между языками, обусловленные различием культур, заметнее всего в лексике и фразеологии, поскольку номинативные средства языка наиболее прямо связаны с внеязыковой действительностью. В любом языке и диалекте есть слова, не имеющие односложного перевода в других языках. Это так называемая безэквивалентная лексика, в основном – обозначения специфических явлений местной культуры. Согласно определению толкового переводческого словаря, безэквивалентная лексика – это лексические единицы (слова и устойчивые словосочетания), которые не имеют ни полных, ни частичных эквивалентов среди лексических единиц другого языка [10: 39].

Термин «безэквивалентная лексика» встречается у многих авторов, занимающихся проблемами языка и перевода (Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, Л.С. Барху-

даров, С. Влахов, С. Флорин, Я.И. Рецкер, В.Н. Комиссаров, А.Д. Швейцер и др.), которые, однако, трактуют его по-разному.

По мнению Е. М. Верещагина и В.Г. Костомарова, безэквивалентная лексика – это слова, которые нельзя семантизировать с помощью перевода (они не имеют устойчивых соответствий в других языках, не имеют смысловых соответствий в системе содержания, свойственных другому языку), то есть «слова, план содержания которых невозможно сопоставить с какими-либо иноязычными лексическими понятиями». [3: 24].

К безэквивалентной лексике, как правило, относят следующие группы слов:

- Имена собственные, географические наименования, названия учреждений, организаций, газет и пр., не имеющие постоянных соответствий в лексике другого языка.

- Реалии, т.е. названия присущих только определенным нациям и народам предметов материальной культуры, фактов истории, государственных институтов, имена национальных и фольклорных героев, мифологических существ и т.д.

По мнению многих лингвистов, очень близкими к понятиям «безэквивалентная лексика» и «реалия» является понятие «лакуна». Все эти понятия лежат в основе так называемой проблемы «лакунарности» в межкультурной коммуникации.

В лингвистике и психолингвистике под «лакунами» принято понимать базовые элементы национальной специфики лингвокультурной общности, затрудняющие понимание некоторых фрагментов текстов инокультурными реципиентами. Это те единицы словаря одного из языков, которым по каким-то причинам нет соответствий в лексическом словаре другого языка. К примеру, в немецком языке не существует слова, которое бы соответствовало русскому слову «борщ».

Таким образом, понятие безэквивалентная лексика – это такие слова, которые либо отсутствуют в другом языке или в другой культуре, либо являются характерными для определенной действительности, или же, просто неперебиваемые на другой язык. По мнению большинства ученых, понятие «безэквивалентная лексика» включает в себя такие понятия, как «реалия» и «лакуна».

3. Понятие переводческой стратегии

Понятие «перевод» исследователи трактуют, как правило, как деятельность по интерпретации смысла текста на исходном языке (ИЯ) и созданию нового, эквивалентного текста на переводящем языке (ПЯ).

Целью перевода является установление отношений эквивалентности между исходным и переводным текстом (для того, чтобы оба текста несли в себе одинаковый смысл). Эти ограничения включают контекст, правила грамматики исходного языка, традиции письма, его идиомы и т. п. [10: 12].

В современном переводоведении для описания процесса перевода широко используется словосочетание «стратегия перевода».

Исходя из целевых установок при переводе, авторы выделяют, к примеру, «стратегию буквального и вольного перевода», «стратегию жанровой поэтической стилизации», «стратегию нерифмованного перевода». А.Д. Швейцер отождествлявший, «переводческую стратегию» с механизмом перевода, считал, к примеру, что в рамках «стратегии буквального или вольного перевода» переводчик «должен сделать принципиальный выбор - сохранить ли конвенции исходного текста или заменить их конвенциями перевода» [14: 34].

Р.К. Миньяр-Белоручев фактически отождествлял «стратегию перевода» с методами перевода, которые он определял «как целенаправленную систему взаимосвязанных приемов, учитывающую вид перевода и закономерно существующие способы перевода». Р.К. Миньяр-Белоручев выделял таких методов три: метод сегментации текста, метод записей и метод трансформации исходного текста [9:28].

Согласно В.Н. Комиссарову, «переводческая стратегия» («стратегия переводчика») существует в виде ряда принципов. К первой группе принципов В.Н. Комиссаров относил «стремление как можно полнее понять переводимый текст и найти ему точное соответствие в языке перевода», уважение к оригиналу, понимание того, что «любая часть текста может представлять явные или скрытые переводческие проблемы», критическое отношение переводчика к своим действиям, принцип «максимум усилий для нахождения лучшего варианта», «недопустимость бездумных или поверхностных решений» [7: 25].

Вторая группа принципов, по классификации В.Н. Комиссарова, включает в себя определение цели перевода и «доминанты переводческого процесса», выбор способов передачи исходного сообщения, а также учет реального употребления в языке перевода избираемого варианта, практических условий работы переводчика (сжатые сроки, возможность пользоваться оргтехникой и т.п.) [7: 46]. К третьей группе он относил «правило, что понимание предшествует переводу», выделение в тексте последователь-

ных отрезков текста и строгое соблюдение принципа последовательности их перевода. [7: 39].

4. Стратегии перевода текстов с наличием безэквивалентной лексики.

Текст можно назвать своеобразным «конденсатором культурной памяти». Смысловое пространство, создаваемое им, вступает в определенные соотношения с культурной памятью, отложившейся в сознании индивида и нации. Взаимодействие обоих придает культуре динамику, необходимую для её дальнейшего развития. Поэтому перевод представляет собой особый тип текста, который функционирует в иной культуре, чем оригинал, и имеет в этой культуре самостоятельное существование. Швейцер А.Д., например, обозначает перевод как важное вспомогательное средство, которое обеспечивает выполнение языком его функции общения, когда люди выражают свои мысли на разных языках [14:45].

Переводу безэквивалентной лексики уделено немало внимания в теоретических работах, а также в пособиях по переводу. Данные проблемы рассматриваются в них по-разному, рекомендуются различные методы перевода, нередко встречаются противоречивые мнения. В основном к стратегиям перевода безэквивалентной лексики принято относить следующие: транскрипция и транслитерация, калькирование, лексико-семантические замены, конкретизация, генерализация, модуляция или смысловой развитие.

Транскрипция или транслитерация воспроизводят в языке перевода форму иноязычного слова. Переводческая транскрипция – это пофонемное воссоздание исходной лексической единицы с помощью фонем переводящего языка, фонетическая имитация исходного слова. Другим приемом перевода является транслитерация – формальное буквенное воссоздание исходной лексической единицы с помощью алфавита переводящего языка, буквенная имитация формы исходного слова. При этом исходное слово в переводном тексте представляется в форме, приспособленной к произносительным характеристикам переводящего языка. Так, на страницах нашей прессы в последнее время стали встречаться следующие транскрипции английских слов и словосочетаний, не имеющих эквивалентов в русской лексике: public school – паблик скул, drive-in – драйвин, teach-in – тич-ин, know-how – ноу-хау, impeachment – импичмент и др.

Наряду с данными способами иногда применяется **калькирование**, то есть воспроизведение морфемного состава слова

или составных частей устойчивого словосочетания, то есть воспроизведение не звукового, а комбинаторного состава слова или словосочетания, когда составные части слова (морфемы) или фразы (лексемы) переводятся соответствующими элементами переводящего языка, т.е. способ перевода лексической единицы оригинала путем замены ее составных частей – морфем или слов [Комиссаров]. Калькированию обычно подвергаются названия памятников истории и культуры: Зимний дворец -- Winter Palace, White House -- Белый Дом, названия художественных произведений «Белая Гвардия» -- The White Guard, Over the Cuckoo's Nest -- «Над кукушкиным гнездом» и т.п.

Еще одним приемом перевода является **заполнение**. Это процесс раскрытия некоторого понятия, принадлежащего чужой для реципиента культуре. Заполнение может быть различной глубины, что зависит от характера лакуны, реалии или безэквивалентной лексики от типа текста, в котором данная единица языка существует, а также от особенностей реципиента, которому адресован текст. Примером является выражение «mood pianist» - пианист, создающий у посетителей «лирическое настроение».

Компенсация – это средство фиксации слова, начальный этап элиминирования, вслед за которым в некоторых случаях происходит, а в некоторых - не происходит заполнение семантической пустоты. В случаях, когда элиминирование слова заканчивается на стадии компенсации, мы получаем расчлененное описание инокультурного понятия. Слово или выражение, при помощи которого фиксируется лакуна, обозначают термином компенсатор – т.е. языковая единица, словосочетание, описание и т.д., которые используются для компенсации отсутствующего в системе языка слова. В результате компенсации лакуна или реалия не устраняется, а остается, сопровождаемая особым пояснением – компенсатором.

Описательный перевод – это приема перевода, который заключается в описании средствами другого языка обозначенного понятия. Описательный перевод предполагает использование описания, раскрывающего значение безэквивалентной единицы при помощи развернутого словосочетания.

Создание соответствий-аналогов, путем подыскания ближайшей по значению единицы языка перевода для безэквивалентной единицы исходного языка, например, drogerie – аптека. Близость значений эквивалентных единиц в оригинале и переводе в этом случае далеко не полная, и подобный перевод применим лишь в определенном контексте.

Вывод

В результате постоянного развития общества и освоения человеком предметного мира язык все более наполняется новыми наименованиями. Динамическое развитие познавательной и коммуникативной деятельности человеческого общества, в результате которой появляются новые реалии, предметы материальной и духовной культуры, ставит своей первостепенной функцией номинативную.

Различия между языками, обусловленные различием культур, заметнее всего в лексике и фразеологии, поскольку номинативные средства языка наиболее прямо связаны с внеязыковой действительностью. В любом языке и диалекте есть слова, не имеющие однословного перевода в других языках. Это так называемая безэквивалентная лексика, в основном – обозначения специфических явлений местной культуры.

Переводу безэквивалентной лексики уделено немало внимания в теоретических работах, а также в пособиях по переводу. Данные проблемы рассматриваются в них по-разному, рекомендуются различные методы перевода, нередко встречаются противоречивые мнения. В основном к стратегиям перевода безэквивалентной лексики принято относить следующие: транскрипция и транслитерация, калькирование, лексико-семантические замены, конкретизация, генерализация, модуляция или смысловой развитие.

Лексико-семантическое пространство «учреждения общественного питания» в английском и русском языках в сопоставительном плане

1. Лексико-семантическое поле «Учреждения общественного питания»

Выявленные лексемы из семантического пространства «Учреждений общественного питания» можно разделить на три тематические группы: общественные столовые, закусовые; питейные заведения; respectable тип заведений.

К общественным столовым и закусовым в англоязычном языковом пространстве относятся такие типы заведений, как: all-you-can-eat-buffet – буфет-закусочная, в которой посетитель за фиксированную плату может есть досыта, без ограничений; diner [ˈdaɪnə] – недорогая закусовая, часто располагающаяся у обочины дороги (более употребительно в американском английском); deli [ˈdeli] (сокращение от delicatessen [ˌdelɪkəˈtesn̩]) – закусовая, в которой уже продают готовую пищу; drive through – за-

кусочная, в которой посетители делают и принимают заказ, не выходя из своего автомобиля; hot dog stand – сосисочная; canteen [kæn'ti:n] – столовая (чаще всего школьная).

К питьевым заведениям относятся следующие: pub [pʌb] (public house ['pʌblɪk haʊs]) – заведение для продажи пива и других напитков, а иногда и еды. bar [bɑ:(r)] – заведение, где подается алкоголь и другие закуски.

К более уважаемым типам заведения относятся: café ['kæfeɪ] – маленький ресторан, где продаются легкие закуски и напитки; restaurant ['restɒrənt] – место, где люди платят, чтобы сидеть и есть достаточно дорогие блюда, которые готовят и подают в самом ресторане; bistro ['bi:stɹəʊ] – маленький недорогой ресторан.

В русскоязычном языковом пространстве – эта картина выглядит следующим образом: **К общественным столовым и закусокным** относятся такие типы заведений, как: буфет – стол или стойка для продажи закусок и напитков в ресторане или при учреждениях; столовая – место общественного питания; бистро – закусовая, где продают простые блюда.

К питьевым заведениям относятся такие типы, как: каба́к – небольшой ресторан; бар – ресторан с буфетом, где можно выпивать и закусывать, не отходя от стойки;

К более уважаемым типам заведения относятся: кафе – небольшой ресторан с кофе, чаем, прохладительными напитками, закусками; кофейня – заведение, где посетители пьют кофе; ресторан – открытое до ночи, хорошо обставленное заведение, где можно получать кушанье и напитки, обычно с музыкальной программой.

2. Проблемные аспекты перевода и межкультурной коммуникации в рамках английского и русского семантического пространства «Учреждения общественного питания»

В ходе сравнительного анализа семантического пространства «Учреждения общественного питания» в английском и русском языке, были выявлены случаи полного (или значительного) совпадения значения сопоставляемых лексических единиц. Речь идет о таких лексемах, как «canteen»/«столовая» и «restaurant»/«ресторан». За данными лексемами скрываются реалии, воспринимаемые в сопоставляемых языковых культурах примерно одинаково.

В силу того, что слова «restaurant» и «ресторан» в сравниваемых языках можно отнести к разряду так называемой интернациональной лексики, задача переводчика предельно упрощается, так как данные лек-

семы воспроизводятся в соответствующих языках со значительной степенью схожести (узнаваемости) их фонетического облика. В случае перевода английского слова «canteen» на русский язык как «столовая» мы имеем дело с типичным примером использования соответствия-аналога, путем подыскания ближайшей по значению единицы языка перевода.

Особый случай представляют собой такие пары слов в сопоставляемых языках как «bistro»/«бистро» и «cafe»/«кафе» Схожие по своему фонетическому облику эти пары лексем являются так называемыми «ложными друзьями переводчика», так как за внешней схожестью звучания скрывается различное содержание. «Бистро» в русскоязычной действительности ассоциируется в силу самого названия, имеющего русское происхождение, с заведением быстрого, а, соответственно, недорогого и непритязательного питания. Для англоязычной действительности это название представляется экзотическим, то есть с непонятной, а потому загадочной этимологией. Это объясняет тот факт, что заведения из разряда «bistro» предполагают не быстроту обслуживания и простоту ассортимента, а легкость предлагаемых закусок, подходящих к бокалу вина в весьма элегантной атмосфере с высоким уровнем обслуживания.

В случае пары «cafe»/«кафе» также имеет место значительное несовпадение представлений о назначении данных учреждений питания в сопоставляемых языковых культурах. «Кафе» в русскоязычной действительности представляет собой практически версию недорогого ресторана, где можно плотно пообедать, в то время как в англоязычной действительности «cafe» – это место, где можно выпить кофе с какой-либо сладостью, выпить рюмку ликера, но не наесться вдоволь.

Для большинства (70% от общего числа) проанализированных лексем из английского языка не удалось найти однозначную пару из русского языка в силу полного или значительного расхождения содержания реалий, представляющих семантическое пространство «Учреждения общественного питания» в сопоставляемых языковых культурах.

К таким случаям относятся лексемы из английского языка «all-you-can-eat-buffet», «diner», «deli», «drive through», «hot dog», «pub», а также русская лексема «кабак». Здесь мы имеем дело с лакунами. Перевод текстов, содержащих данные лексемы, соответственно с английского языка на русский и с русского языка на английский представляет собой непростую задачу. Чтобы не ис-

казить передаваемые смыслы, переводчики прибегают в данном случае либо к приему транскрипции или транслитерации (в случае «bar» и «pub»), или же используют описательный перевод, сосредотачиваясь на характерных чертах соответствующей реалии.

Вывод

Таким образом по результатам исследования мы можем прийти к **выводам**, что для большинства (70% от общего числа) проанализированных лексем из английского языка не удалось найти однозначную пару из русского языка в силу полного или значительного расхождения содержания реалий, представляющих семантическое пространство «Учреждения общественного питания» в сопоставляемых языковых культурах.

Заключение

Проведенное исследование продемонстрировало картину серьезного (более 70%)

несовпадения структуры семантических полей «Учреждения общественного питания» в исследуемых языках. Данное обстоятельство позволяет утверждать, что данный аспект действительности является в плане осуществления межкультурной коммуникации и практики перевода проблемным. Для преодоления данной сложности рекомендуется составление специальных словарей, проведение семинаров-тренингов специалистов и туристов, посещающих соответственно англоговорящие страны и Россию, уделение данной теме особого внимания в лингвострановедческой составляющей рабочих программ по практическому курсу английского (русского) языка в различных типах учебных заведений.

В любом случае, переводчику необходимо стараться учитывать и условия порождения условного текста, и условия восприятия переводного текста, а также осуществлять прагматическую адаптацию перевода с помощью внесения в текст необходимых из-

ПРИЛОЖЕНИЕ

Таблица 1

Общественные столовые, закусочные		Питейные заведения		Более уважаемый тип заведения	
Виды	Описание	Виды	Описание	Виды	Описание
all-you-can-eat-buffet	a system of serving meals in which food is placed on a public area where the diners generally serve themselves	public house	formal term for pub	cafe	a small restaurant selling light meals and drinks
diner	a small roadside restaurant which a long counter and booths				
deli	short for delicatessen (a shop selling cooked meats, cheeses, and unusual or foreign prepared foods)	pub	an establishment for the sale of beer and other drinks, and sometimes also food, to be consumed on the premises	restaurant	a place where people pay to sit and eat meals that are cooked and served on the premises
drive through	denoting a restaurant or other facility in which one car can be served without leaving one's car				
hot dog	sell hot dogs at street and highway locations	bar	-a counter in a pub, restaurant, or café across which drinks or refreshments are served -an establishment where alcohol and sometimes other refreshments are served	bistro	a small inexpensive restaurant
canteen	a restaurant provided by an organization such as a college, factory, or company for its students or staff				

Таблица 2

Общественные столовые, закусочные		Питейные заведения		Более respectable тип заведения	
Виды	Описание	Виды	Описание	Виды	Описание
Буфет	Стол или стойка для продажи закусок и напитков в ресторане или при учреждениях	Кабак	Небольшой ресторан	Кафе	Небольшой ресторан с кофе, чаем, прохладительными напитками, закусками
Столовая	Место общественного питания	Бар	Ресторан с буфетом, где можно выпивать и закусьвать, не отходя от стойки	Кофейня	Заведение, где посетители пьют кофе
бистро	Закусочная, где продают простые блюда	Паб	Заведение, где можно выпить алкоголь и закусить	Ресторан	Открытое до ночи, хорошо обставленное заведение, где можно получить кушанье и напитки. Обычно с музыкальной эстрадой

менений, позволяющих заполнить лакуны. Речь идёт не столько о качестве перевода, сколько об обеспечении одинаковой реакции рецепторов оригинального и переводного текстов, поскольку любое высказывание создаётся с целью получения коммуникативного эффекта.

Список литературы

1. Апресян Ю.Д. Избранные труды. Том 1. Лексическая семантика (синонимические средства языка). – М.: Языки русской культуры, 1995. – 464 с.
2. Вендина Т.И. Русская языковая картина мира сквозь призму словообразования (макрокосм). – М.: «Индрик», 1998. – с.90-102.
3. Верещагина, Е.М., Костомаров, В.Г. Язык и культура. – М.: Русский язык, 1990. – 388 с.
4. Катермина В.В. Номинация как лингвистическая проблема // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2008. № 8. Ч. 1. С. 82-84.
5. Кобзева И.М. Лингвистическая семантика. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. — 352 с.
6. Копач О.И. Теория номинации: история и современность / О.И.Копач // Sociokultúrna realita a príroda: Zborník recenzovaných vedeckých prác s medzinárodnou účasťou / Editor: O. Glosíková. – Prešov: Technická univerzita v Košiciach, Fakulta výrobných technológií so sídlom v Prešove, 2007. – S. 313–320.
7. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. Для ин-тов и фак. иностр. яз.-М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
8. Латышев Л.К., Семенов А.Л. Перевод: теория, практика и методика преподавания. – М.: Академия, 2003. – 192 с.
9. Миньяр-Белоручев Р.К. Как стать переводчиком. – М.: Готика, 1999. – 176 с.
10. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. 3-е изд., перераб.— М.: Флинта: Наука, 2003. — 320 с.
11. Рябова М.В. Перевод художественных текстов: проблема национально- культурной специфики. [Электронный ресурс]. URL: www.gramota.net/materials/2/2009/2/62.html. (Дата обращения: 25.09.2013).
12. Серебrenников Б.А. Номинация и проблема выбора // Языковая номинация (общие вопросы). – М.: Наука, 1977. – с. 147-187.
13. Шамзи З.А. Дозирование безэквивалентной лексики как путь к оптимальной методике преподавания иностранного языка. [Электронный ресурс]. URL: <http://mggu-sh.ru/sites/default/files/shamzi.pdf>. (Дата обращения: 11.10.2013).
14. Швейцер А.Д. Теория перевода.- М.: Наука, 1994. – 253 с.
15. Языкознание. Большой энциклопедический словарь/ Гл.ред. В.Н. Ярцева. – М.: Большая российская энциклопедия, 1998. – 685 с.