

УДК 811.11-112

DOI: 10.18413/2313-8912-2020-6-1-0-10

Трегубова Ю.А.

Национально-маркированная лексика в современной американской художественной литературе: особенности и возможности перевода на русский язык

Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина
д. 28.1, ул. Коммунаров, г. Елец, Липецкая область, 399770,
Российская Федерация
E-mail: tregubova@elsu.ru
ORCID:0000-0002-0864-4543

*Статья поступила 23 января 2020 г.; принята 10 марта 2020 г.;
опубликована 31 марта 2020 г.*

Аннотация. Научная статья посвящена передаче языковых средств выражения национальной культуры в художественных текстах на материале языка романа «The Client» современного американского писателя Джона Гришема. Очевидно, что при переводе национально-маркированной лексики могут возникнуть сложности, поскольку переводчику необходимо создать такой текст перевода, в котором не только был бы отражен национальный колорит, но и сохранена эквивалентность и адекватность перевода. Актуальность темы данного исследования обусловлена тем, что вопрос о способах передачи иноязычных реалий остается открытым – нет единой точки зрения на структуру и способы передачи языковых единиц, отражающих национальную специфику общества. Объектом исследования послужила коннотативная лексика американского английского языка, а предметом – способы ее перевода на русский язык. В исследовании поставлена цель – провести лингвистический анализ и сравнительно-сопоставительное исследование способов перевода коннотативной лексики, зафиксированной в современной англоязычной художественной литературе, на русский язык. Автор приводит примеры функционирования национально-маркированной лексики в романе и ее перевода на русский язык. В статье демонстрируются переводческие возможности передачи национально-маркированной лексики современного американского варианта английского языка. Сделан вывод о том, какие способы перевода культурно-маркированной лексики на русский язык с одной стороны наиболее эффективны для достижения русскоязычным читателем адекватного восприятия своеобразия подлинника, а с другой – позволяют передать специфику национально-культурного колорита исходного языка.

Ключевые слова: художественный перевод; английский язык; национально-маркированная лексика; реалия; фоновая лексика; способы перевода.

Информация для цитирования: Трегубова Ю.А. Национально-маркированная лексика в современной американской художественной литературе: особенности и возможности перевода на русский язык // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2020. Т.6, N1. С. 108-118. DOI: 10.18413/2313-8912-2020-6-1-0-10

Yuliya A. Tregubova

**Nationally-marked vocabulary in contemporary American fiction:
features and possibilities of translation into Russian**

Bunin Yelets State University, 28.1,
Kommunarov st., Yelets, Lipetsk region,
3990770, Russia

E-mail: tregubova@elsu.ru
ORCID:0000-0002-0864-4543

Received 23 January 2020; accepted 10 March 2020; published 31 March 2020

Abstract. The given article deals with the research of the transfer of linguistic means of expressing national culture in literary texts based on the material of the language of the novel "The Client" by a contemporary American writer John Grisham. Obviously, difficulties can arise in the translation of nationally-marked vocabulary, since translators need to create a translation text that both reflects the national character and preserves the equivalence and adequacy of translation. The pertinence of the topic stems from the fact that the question of how to transfer the foreign language realia remains open: there is no single point of view on the structure and methods of transmitting language units that reflect the national specificity of society. The object of the study was the connotative vocabulary of the American English language, and the subject – the ways of its translation into Russian. The goal of the study is to conduct a linguistic analysis and comparative study of the ways to translate the connotative vocabulary recorded in modern English-language fiction into Russian. The author gives examples of the functioning of nationally-marked vocabulary in a novel and its translation into Russian. The article demonstrates some translation methods of transmitting nationally-marked vocabulary of the modern American version of the English language. It is concluded that the ways of translating culturally-marked vocabulary into Russian are, on the one hand, most effective for the Russian-speaking reader to achieve an adequate perception of the originality of the original, and on the other hand, to convey the specifics of the national and cultural flavor of the source language.

Key words: literary translation; English; nationally-marked vocabulary; realia; background vocabulary; translation methods

How to cite: Tregubova Yu. A. (2020). Nationally-marked vocabulary in contemporary American fiction: features and possibilities of translation into Russian. *Research Result. Theoretical and Applied Linguistics*, V.6 (1), 108-118, DOI: 10.18413/2313-8912-2020-6-1-0-10

Введение

Особенности отражения культуры страны, народа, нации в языке являются дискуссионным вопросом в лингвистике на протяжении многих десятилетий. Тот факт, что для обозначения лексических единиц, отражающих национально-культурную специфику, нет единого термина, подтверждает

мысль о сложных взаимоотношениях языка и культуры, с точки зрения отображения последней с помощью определенных языковых средств.

Сопутствующей задачей данного исследования является изучение языка романа «Клиент», написанного современным американским писателем Джоном Гришемом

в жанре «юридический триллер» с позиции отображения в нем национально-культурной специфики США. Подобный анализ национально-маркированной лексики американского варианта английского языка позволит расширить и обогатить уже имеющиеся знания о действительности современного американского общества.

Обращение к данному вопросу продиктовано интересом современной лингвистики к исследованию коннотативной лексики иностранного языка и особенностям ее перевода в современном художественном дискурсе, а также тем, что в лингвистике пока еще не выработано однозначное понимание лексических единиц, отражающих национально-культурную специфику, нет единого термина для их обозначения (например: безэквивалентная лексика, реалии, фоновая лексика, культурема, лакуны и др.).

Художественный перевод – это особый вид переводческой деятельности, поскольку при работе над оригинальной художественной литературой на иностранном языке переводчику нужно не только передать смысл текста, но и понятия, отражающие национально-культурный колорит исходного языка. Основная сложность при переводе таких лексем заключается в том, что они не всегда имеют соответствия (даже частичные) в языке перевода.

Выбор оригинального художественного произведения, в частности, романа «The Client» современного американского писателя жанра «юридический триллер» Джона Гришэма, обусловлен лингвистической спецификой языка романа с точки зрения принадлежности к новому литературному жанру. Так, с одной стороны, в нем отражена специфика судебного и юридического дискурса, а с другой – объемное описание повседневной жизни рядовых американцев. Таким образом, лингвистический материал романа дает возможность выявить и изучить особенности национально-маркированной лексики широкой семантики в современном американском английском языке.

Источниками языкового материала послужил роман Джона Гришэма («Client») (Grisham, 1993), и его перевод на русский язык, выполненный Тамарой Матц («Клиент») (Гришем, 2017), из которого мы выбрали 200 лексических единиц с национально-культурной семантикой. В исследовании применялись методы количественного и семантического анализа лингвистического материала.

Теоретический обзор

Любое художественное произведение на иностранном языке насыщено культурно-маркированной лексикой, при помощи которой возможна передача автором национального характера, быта, традиций и обычаев своей страны.

Другими словами, такая лексика выражает компоненты национальной культуры иностранного общества (Мусина, 2017). Точно также лексика с национально-культурным компонентом может служить своеобразным маркером особенного идиостиля автора произведения, который можно определить как «совокупность основных стилевых элементов, неизменно присутствующих в произведениях данного автора в определенный период его творчества или распространяющихся на все его творчество в целом» (Кожина, 2003: 102).

Национально-маркированная лексика является предметом изучения отечественных и зарубежных лингвистов со второй XX века, когда в обращение входят термины «реалия» и «безэквивалентная лексика» (Верещагин, 1980; Влахов, 1980). Именно тогда понятие «реалия» было обозначено как самостоятельный термин, представляющий как предмет или явление иностранной культуры, так и слово, его обозначающее (Ахманова, 2005: 381).

Дальнейшее изучение слов с национально-культурным компонентом привело к появлению и широкому использованию в лингвистике таких терминов, как «экзотизм, варваризм, алиенизм, ксенизм, слово с культурным компонентом, лексическая лакуна, локализм,

этнографизм, регионализм» (Ивлева, 2017), каждый из которых в той или иной степени связан с отражением культурной специфики иноязычного общества.

Зарубежные лингвисты также предлагают свои определения и классификации лексики с национально-культурным компонентом (Baker, 1992, Katan, 1999, Newmark, 1988, Robinson, 1997, Garcia, 2018). Например, Петер Ньюмарк включает в такую лексику единицы, обозначающие явления материальной и социальной культуры, экологии, традиции, обычаи, жесты, привычки и др. (Newmark, 1988). В классификации Дэвита Катана представлены логические уровни: окружающая среда (климат, еда, жилье и др.), поведение (например, приветствие, прощание и т.д.), стратегии общения (включая невербальные элементы), общественные ценности, верования и др. (Katan, 1999).

Существуют и другие схожие теории специфики отражения национально-культурных особенностей в языке (Baker, 1992, Guerrero, 2012) которые, наряду с вышеупомянутыми, подчеркивают специфику культуры языкового общества и неизбежные потери и даже невозможность перевода описываемых лексических единиц на другие языки.

Вопросы передачи национально-культурного колорита оригинальных лексических единиц остаются дискуссионным среди отечественных и зарубежных лингвистов и на сегодняшний день (Komissarov, 1991, Фесенко, 2002, Коротченко, 2010, Bahumaid, 2010, Durdureanu, 2011, Sun, 2011, Bednarova-Gibova, 2017 Markovic, 2019, Tirado, 2019, Trivedi, H., 2019, Sorby, 2019).

Лингвисты отмечают, что «перевод реалий или культурных терминов, подобных упомянутому, может вызвать трудности, однако это не означает, что их нельзя перевести» (Guerrero, 2012: 4). Для передачи национально-маркированной лексики переводчиками применяются разнообразные приемы (например, транскрипция,

транслитерация, калькирование, описательный перевод, аналог и др.) и переводческие трансформации, которые позволяют в той или иной степени передать национальный колорит и обеспечить адекватный перевод (Negro Alousque, 2009, Tirado, 2019, Olalla-Soler, 2019).

Рассмотрим особенности национально-культурной лексики и способы ее перевода на материале романа Джона Гришема «The Client» и его официального перевода на русский язык.

Научные результаты и дискуссия. Изучив текст оригинала романа, мы отобрали и классифицировали национально-маркированную лексику на 4 группы, придерживаясь тематической классификации Г.Д. Томахина, которая опирается на семантическую составляющую лексических единиц, содержащих национально-культурную семантику (Томахин, 1984: 54):

1. Этнографическая лексика – 39%
2. Общественно-политическая лексика – 32%
3. Географическая лексика – 23%
4. Реалии духовной жизни общества (искусство, культура, образование, спорт) – 6%.

Рассмотрим каждую группу более подробно. Так, **лексика с этнографическим компонентом** представлена в романе несколькими семантическими подгруппами, относящимися к:

1. *Быту*:
 - а) *еда и напитки*: Cheeseburger, Sprite, Dr. Peppers, Jell-O, doughnuts и др.
 - б) *одежда и аксессуары*: Nikes, loafers, Rolex и др.
 - в) *названия магазинов кафе, ресторанов, развлекательных центров, гостиниц*: Randy's Oysters on Decatur, "Domino's Pizza", Pizza Hut, Disney World, Grisanti's, Wal-Mart и др.
 - г) *названия марок сигарет*: Marlboros, Virginia Slims, Camels.
 - д) *различные моющие средства*: Ajax, Comet.

е) *медикаменты, медицинское оборудование, медицинские сотрудники*: Dalmane, codeine, the IV, Valium, Paramedics.

ж) *канцелярские принадлежности и оборудование*: the Bic pen, ROYAL PORTABLE.

3) *Кредитные карты*: Visa and Texaco

2. *Транспорт*: Lincoln, Mustang, Jaguar, MAZDA RX~7, Pickups, Chevrolet и др.

3. *Этнические объекты*: GI Joe.

2. Общественно-политические реалии:

1. *Органы и носители власти*:

а) *органы власти*: U. S. Government, Equal Employment Opportunity Commission, National Labor Relations Board, the IRS, OSHA, U. S. House.

б) *носители власти*: bailiff, U. S. marshal, Assistant U. S. Attorney, United States senator.

2. *Общественно-политическая жизнь*:

а) *политические партии*: Republicans, Democrats.

б) *юридические учреждения*: Juvenile Court, Circuit Court, Shelby County Courthouse, Welfare Department, Juvenile Detention Center.

3. *Военные реалии*:

а) *оружие*: 38, 22 caliber Ruge.

4. *Юридические реалии*: Attorney and Counselor-at-Law, Fifth Amendment, Miranda rights, Federal Witness Protection Program и др.

5. *Названия правоохранительных органов и их представителей, представителей преступного мира*: the feds, the FBI, fibbies, Memphis PD, the cops, Deputy director, 911, Mafia.

6. *Названия государственных учреждений, фирм, организаций, аэропортов*: Tucker Wheel Estates, St. Peter's Charity Hospital, Grant's Clinic, Ark-Lon fixtures, Little Creek Baptist Church и др..

3. Лексика, относящаяся к географической тематике, представлена следующими подгруппами:

1. *Названия штатов*: California, Arkansas, Louisiana и др.

2. *Названия рек*: Mississippi River.

3. *Названия городов*: Little Rock, New Orleans, Memphis, Vegas и др.

4. *Названия дорог, улиц и районов города*: Bourbon and Royal, Rubinstein Brothers, North, South, West streets и др.

4. Реалии духовной жизни общества (искусство, культура, образование, спорт) – 6%:

1. *Кино, музыка, телевидение и СМИ*: «Hill Street Blues», AT&T, Hogan's Heroes, Cheers, Perry Mason, Memphis Press, «The Godfather» и др.

2. *Названия спортивных команд*: LSU TIGERS, Memphis State Tigers.

3. *Учебные заведения*: Humes High School, Willow Road Elementary School.

4. *Антропонимы* (имена известных людей, литературных персонажей): Clint Eastwood, Bryant Gumbel, Wizard of Oz, Donahue.

5. *Исторические события и мифология*: Civil War, La-la land.

Рассмотрим вариации передачи национально-маркированной лексики в романе на русский язык перевода более подробно с точки зрения эквивалентности и адекватности перевода.

Так, приемы транскрипции и транслитерации чаще всего применялись переводчиком для передачи географических объектов США и этнографических реалий американского общества. Например: California – Калифорния, Arkansas – Арканзас, Louisiana – Луизиана, Alaska – Аляска, Colorado – Колорадо, Little Rock – Литтл-Рок, Memphis – Мемфис, Washington – Вашингтон, Bogue Chitto – Боуг-Читто, Sprite – «Спрайт», Virginia Slims – Вирджиния Слимз, Marlboros – Мальборо, Camels – «Кэмел», Lincoln – «линкольн», Mustang – «мустанг», Jaguar – «ягуар» и др. Выбор данного способа перевода вполне очевиден, поскольку американские географические реалии не имеют эквивалентов в русской культуре и для их передачи используются традиционные приемы транскрипирования и транслитерирования. Кроме того, многие из них известны носителям русского языка, так как уже прочно зафиксированы в языке.

Что касается лексики, обозначающей реалии быта американского общества, следует отметить, что приемы транскрипции и транслитерации вполне оправданы в ряде случаев, когда речь идет о переводе наименований реалий, пришедших в нашу страну из Америки за последние 30 лет. Так как сейчас почти каждый в нашей стране знает, что такое Спрайт, Кока-Кола, Мальборо и др., а лексические единицы, их называющие, прочно вошли в состав русского языка и освоены его носителями, то для переводчика нет необходимости давать их пояснения при переводе.

Однако при переводе некоторых лексических единиц указанных семантических групп у читателя могут возникнуть сложности, так как не все могут знать, что Мустанг и Ягуар – это не животные, а названия марок автомобилей, Трейлер – не краткая реклама фильма, а автомобиль, оборудованный для постоянного в нем проживания по типу небольшого домика. И уж точно редко кто знает, что значит Перри Мейсон (персонаж серии романов американского писателя Эрла Гарднера), триумф спитфайер (двухместный спортивный автомобиль с открытым верхом) и др. Очевидно, что при передаче подобных лексических единиц переводчику нужно объединить транскрипцию и транслитерацию с приемом описания или переводческого комментария, для более полного понимания текста русскоязычным читателем.

Прием калькирования применялся переводчиком при передаче лексики, обозначающей географические реалии: New Orleans – Новый Орлеан, North, South, West streets – Северная, Южная и Западная улица, Main Street – главная улица, North Precinct – Северный участок, Capitol Hill – Капитолийский холм, этнографические реалии: Chinese lunches – китайские обеды, и общественно-политические реалии: Constitution of the United States of America – Конституция Соединенных Штатов Америки, Special Agent – специальный агент, Assistant Attorney – помощник прокурора, ego

wall – “Стена тщеславия”. В данном случае выбор приема калькирования приемлем, однако в некоторых случаях при переводе теряется часть семантики лексической единицы. Так, Chinese lunch – это традиционный китайский обед с большим выбором блюд на столе, когда каждый может выбрать себе еду по вкусу. Ego wall – стенд на рабочем месте, где размещаются грамоты, награды, сертификаты и т.д. В последнем примере использование кальки «стена тщеславия» вполне допустимо, так как далее из текста романа становится понятно о чем хотел сказать писатель: «Whereas most lawyers allow themselves only one **Ego Wall** with pictures and plaques and awards and certificates for Rotary Club memberships, Roy had covered no less than three of his with framed photographs and yellow fill-in-the-blank attendance diplomas from a hundred judicial conferences» (Grisham: 168).

Утрата полного значения лексической единицы при переводе, конечно, влияет на отражение в переводе национально-культурной специфики американского общества, однако позволяет читателю понимать, о чем идет речь в данном художественном произведении и не перегружает перевод романа дополнительной информацией, которая не столь существенна для читателя, поскольку основной смысл уже понятен.

В одном случае при передаче коннотативной единицы *downtown* нам встретился неточный перевод: реалия *Downtown Memphis* переведена дословно как «нижняя часть Мемфиса». Возможно, переводчик выбрал именно такой вариант потому, что он был выполнен в середине 1990-х, когда реалии американской жизни только начали проникать в русскую культуру и не все были еще известны и понятны гражданам России. Стоит напомнить, что в американской культуре *downtown* – это обозначение центральной части или делового центра города. В данном случае более правильным был бы перевод «центр Мемфиса».

В приведенном выше примере мы видим сочетание приема калькирования и транскрипции. Такое сочетание нескольких приемов перевода можно встретить и в некоторых других случаях при передаче не только географических, но и этнографических реалий и реалий общественно-политического характера: Willow Road Elementary School – начальная школа на Уиллоу-роуд, Pee-Wee's Big Adventure – «Большое приключение Пи-Ви», Hogan's Heroes – «Герои Погана», Radisson Hotel – гостиница «Рэдиссон» и др.

Прием перевода лексики с национально-культурным компонентом при помощи русского аналога был использован при передаче на русский язык этнографической и общественно-политической лексики, например: loafers – туфли, Jell-O – желе, doughnuts – плюшки, sandy bars – шоколадки, cobblers – пироги, nikes – кроссовки, pickups – грузовики, all-points bulletin – национальный розыск. В указанных случаях использование функционального аналога позволяет читателю понять смысл текста, однако здесь также полностью или частично утрачивается национально-культурная специфика. Так, например, doughnuts – это пончик (круглый жареный в масле пирожок с начинкой и без), традиционный для американской культуры, а плюшка – сладкая сдобная печеная булочка в форме банта, посыпанная сахарной пудрой, сахаром; cobbler – фруктовый пирог с толстой верхней коркой, pickup – легкий грузовик с открытой грузовой площадкой, очень популярный среди американцев, sandy bar – шоколадный батончик с начинкой из разных сладостей.

В ряде случаев переводчик пытался компенсировать различия русской и американской культур, добавляя при переводе небольшие объяснения той или иной реалии, что не только дает читателю возможность понять, о чем идет речь, но и в некоторой степени отображает национально-культурную специфику США. Так, например, переводчиком было добавлено слово

«фильм» перед названием известных американских кинофильмов: «Starksy and Hutch» – фильм «Старски и Хатч», «Escape from Alcatraz» – фильм «Побег из Алькатраса», что позволяет читателю понять, что речь идет, например, не о книгах или песнях. Такой же прием использовался и при передаче некоторых этнографических реалий: Swanson's frozen – Замороженная «запеканка Свенсона», Grolsch – пиво «Гролш», Domino's – из пиццерии «Домино и др.

Необходимо отметить, что некоторые коннотативные лексические единицы были опущены в русском варианте романа. Вполне возможно, переводчик посчитала их семантически избыточными. Подобное переводческое решение вполне допустимо, если «причиной опущения является также адаптация текста, когда в тексте ПЯ опускаются малозначимые реалии или имена собственные» (Янова Е.А., Казиахмедова С.Х., Ибрагимов З.А., 2016: 307).

Рассмотрим некоторые примеры опущения национально-маркированной лексики при переводе романа «Клиент». Такой прием использовался при переводе коннотативных единиц, обозначающих географические, этнографические и общественно-политические реалии. Как, например, в следующем предложении:

Why not? No crime. You're the FBI, remember. You boys run more wire than AT&T. – Почему бы нет? В этом нет никакого преступления. Вспомните, вы ведь агенты ФБР. Вы сами постоянно пользуетесь такими методами.

Следует пояснить, что AT&T Inc. – это американский транснациональный телекоммуникационный конгломерат. Так как компания не является известной в России, то и ее название не даст нужной информации русскоязычному читателю.

He was wearing a black-and-gold Saints cap Reggie had bought him at a Wal-Mart along with a pair of jeans and two sweatshirts. – На нем была черная с золотом кепка, которую Реджи ему купила вместе с джинсами и двумя рубашками.

Торговая марка Wal-Mart является крупнейшей в мире розничной торговой сетью. В России на момент перевода, об этой сети не было известно, а значит и упоминания незнакомого названия не передаст нужной информации русскоговорящему читателю.

The cart between them was filled with **Ajax, Comet**, and twenty bottles of generic hospital supplies. –Тележка, разделяющая их, была заполнена различными моющими средствами. Внизу в поддоне лежали грязные тряпки и шприцы. Ajax, Comet – названия бытовых чистящих средств с дезинфицирующими свойствами.

It was sex discrimination, wrongful discharge, harassment, the works. I think we threw in everything. **Circuit Court**. Yeah, that's it. Pull the file. –Там было о дискриминации по половому признаку, незаконном увольнении, издевательствах и все такое. Мы тогда туда все включили. Нашел? Вытащи дело. Circuit Court (Окружные суды) – судебные системы в нескольких юрисдикциях общего права.

Заключение. Следует отметить, что язык современной американской художественной литературы демонстрирует большой пласт национально-маркированной лексики, изучение специфики и вариантов перевода которой представляет интерес для лингвистов, переводчиков и специалистов по межкультурной коммуникации.

Анализ приемов перевода национально-маркированной лексики в романе «Клиент» на русский язык показал, что переводчик пользовался традиционными способами, а именно: транскрипция и транслитерация, калькирование, описательный перевод, перевод с использованием функционального аналога и опущение. В результате проведенного исследования способов перевода национально-маркированной лексики выявлено, что по частотности применения транскрипция и транслитерация составляют 30 %, перевод с использованием функционального аналога 30%, калькирование 20%, добавление 15%, и опущение 5 %.

Подводя итог проведенного исследования, следует отметить, что трансляция национально-культурного пространства через передачу национально-маркированной лексики, представляет значительные сложности при переводе художественной литературы. Особое внимание следует уделять работе над такими лексическими единицами, фоновые знания о которых еще не сформировались у иноязычного читателя. Как должен действовать переводчик при работе с произведением на иностранном языке? Нужно ли в каждом случае прибегать к описательному переводу, давая пояснение каждой лексической единице, обозначающей реалию иностранной культуры, в тоже время, перегружая его часто не нужным читателю описанием? Или необходимо использовать максимально близкий по значению русский аналог, утрачивая при этом (полностью или частично) национально-культурную специфику лексики оригинала? На наш взгляд использование комбинированных способов перевода с учетом владения русскоязычным читателем фоновыми знаниями, позволит избежать возможных потерь в семантике и стилистике, а также создать адекватный для читателя перевод, обеспечив, в тоже время, его эквивалентность.

Список литературы

- Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: КомКнига, 2005. 576 с.
- Верещагин Е.М., В.Г. Костомаров. Лингвострановедческая теория слова. М.: Русский язык, 1980. 320 с.
- Влахов С.И., Флорин С.П. Непереводимое в переводе. М.: Международные отношения, 1980. 343 с.
- Гришем Д. Клиент / пер. с англ. Т. Матц. М.: АСТ, 2017. 416 с.
- Ивлева А.Ю., Куликова К.С. Реалии национальной культуры как объект переводческого исследования // Гуманитарные научные исследования. 2017. № 2. С. 117-120.
- Коротченко Т.В. Эволюция подходов к переводу лексики с национально-культурным и религиозным компонентом в англоязычной культуре // Известия Томского политехнического университета. 2010. № 6. С. 195-198.

Мусина Н. М. *Realia as a cultural phenomenon* // Молодой ученый. 2017. №22. С. 481-484.

Пинягин Ю.Н. Трансляция национально-культурного пространства англичан // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. 2019. Т.5, №4. С. 69-88. DOI: 10.18413/2313-8912-2019-5-4-0-7.

Томахин Г.Д. Безэквивалентная лексика (реалии) как источник страноведческой информации // Лингвострановедческий аспект в преподавании русского языка как иностранного. Воронеж, 1984. С. 148-151.

Янова Е.А., Казиахмедова С.Х., Ибрагимова З.А. Прием опущения как один из эффективных способов компрессии для устранения семантической избыточности при переводе с английского языка на русский язык // Культура и цивилизация. 2016. № 1. С. 303-317.

Фесенко Т. А. Специфика национального культурного пространства в зеркале перевода. Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2002. 228 с.

Bahumaid, S. Investigating cultural competence in English-Arabic translator training programs. *Meta*, 2010, 55 (3), 569-588. DOI: 10.7202/045078ar

Baker, Mona. *In other words. A coursebook on translation*. London: Routledge, 1992. 304 p.

Bednarova-Gibova, K. Minority in English Literary Translation: The Case of Slovak Culture-Bound Items. *En XLinguae Journal*, 2017, 10(3), 202-217. DOI: 10.18355/XL.2017.10.03.16

Durdureanu, I. Translation of Cultural Terms: Possible or Impossible? *JoLIE 4 Romania*, 2011, 51-63.

Garcia, I.M. Culturally marked translation units: A dynamic classificatory proposal for translation purposes. *Hermes*, 2018, Issue 58, 193-213. DOI: 10.7146/hjlc.voi58.111685.

Grisham J. *The Client*. N.Y.: Bantam Doubleday Dell Publishing Group. 1993. 422 p.

Guerrera, A. F. "Translating culture: problems, strategies and practical realities". *Art and Subversion*. 12/2012 - LT.1. No. 1- Year 3. DOI: 10.15291/sic/1.3.lt.1.

Eriş, E. How is cultural terminology handled in translation? *The Legend of the Thousand Bulls*. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*. 2019 (16), 545-558. DOI:10.29000/rumelide.619042

Katan, David. *Translating Cultures. An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*. Manchester: St. Jerome, 1999. 380 p.

Komissarov V. Language and Culture in Translation: Competitors or Collaborators? *TTR: traduction, terminologie, rédaction*, 1991, 4(1), 33-47. DOI:10.7202/037080ar.

Markovic, L., Francuski, B.D., Stojiljkov, A. East or West-Home Is Best: Translating the Yugoslav Household into English. *Mosaic*, 2019, 52 (3), 161-174.

Negro Alousque, I. Cultural domains: translation problems. *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, 2010, V. 4, 137-145. DOI: 10.4995/rlyla.2009.740.

Newmark, P. *A Textbook of Translation*. London/New York: Prentice Hall, 1988. 292 p.

Olalla-Soler, C. Using translation strategies to solve cultural translation problems. Differences between students and professional translators. *Perspectives: Studies in Translation Theory and Practice*, 2019, 27 (3), 367-388. DOI: 10.1080/0907676X.2018.1549574

Robinson, D. *Becoming a Translator. An Accelerated Course*. London: Routledge, 1997. 330 p.

Sorby, S. The dynamic socio-cultural interactions in translating musicals' librettos: A case study on the Chinese version of *Mamma Mia!* *Babel*, 2019, 65 (5), 696-718. DOI: 10.1075/babel.00110.sor

Sun, H. "On Cultural Differences and Translation Methods". *Journal of Language Teaching and Research*, 2011, Vol. 2, No. 1, 160-163. DOI:10.4304/jltr.2.1.160-163.

Tirado, R.G. Translation of words with a cultural component (based on the Spanish translation of the novel by Eugene vodolazkin "The Aviator"). *Russian Journal of Linguistics*, 2019, 23(2), 473-486. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-2-473-486

Trivedi, H. de Vicente Santos Mendes, T. Translating culture vs. cultural translation. *Cadernos de Tradução*, 2019, 39 (3), 578-594. DOI: 10.5007/2175-7968.2019v39n3p578

References

Akhmanova, O.S. (2005). *Slovar' lingvisticheskikh terminov* [Dictionary of linguistic terms], Moscow, Russia: KomKniga (in Russian)

Vereshhagin, E.M. and Kostomarov V.G. (1980) *Lingvostranovedcheskaja teorija slova* [Linguistic and cultural theory of a word], Moscow, Russia: Russkij jazyk (in Russian).

- Vlahov, S.I. and Florin S.P. (1980). *Neperevodimoe v perevode* [Untranslatable in translation], Moscow, Russia: Mezhdunarodnye otnoshenija (in Russian).
- Grisham, D. (2017). *Client* [The Client]/translator T. Matz. Moscow, Russia: ACT. (in Russian).
- Ivleva A.Ju. and Kulikova K.S. (2017). National realia as an object of translation research, *Gumanitarnye nauchnye issledovanija*, 2, 117-120. (in Russian).
- Korotchenko T.V. (2010). The evolution of approaches to the translation of vocabulary with a national-cultural and religious component in English-speaking culture, *Izvestija Tomskogo politehnicheskogo universiteta*, 6, 195-198. (in Russian).
- Pinyagin Yu. N. (2019). Linguistic representation of the British cultural background. *Research Result. Theoretical and Applied Linguistics*, V.5 (4), 69-88, DOI: 10.18413/2313-8912-2019-5-4-0-7 (in Russian).
- Tomahin G.D. (1984) Culture-bound words (realia) as a source of cross-cultural information, *Lingvostranovedcheskij aspekt v prepodavanii russkogo jazyka kak inostrannogo*. 148-151. (in Russian).
- Musina, N. M. (2017). Realia as a cultural phenomenon, *Molodoj uchenyj*, 22, 481-484.
- Janova E.A., Kaziahmedova S.H., Ibragimova Z.A. (2016). Omission as one of the efficient compression techniques for translation of semantically redundant words, *Kul'tura i civilizacija*, 1, 303-317. (in Russian).
- Fesenko, T.A. (2002). *Spetsifika natsional'nogo kul'turnogo prostranstva v zerkale perevoda* [Specific Features of the National Cultural Background in the Process of Translation], Tambov, Russia: Tambov University Publishing House (in Russian).
- Bahumaid, S. (2010). Investigating cultural competence in English-Arabic translator training programs. *Meta*. DOI: 10.7202/045078ar
- Baker, Mona. (1992). *In other words. A coursebook on translation*. London: Routledge.
- Bednarova-Gibova, K. (2017). Minority in English Literary Translation: The Case of Slovak Culture-Bound Items. *En XLinguae Journal* 10(3). DOI: 10.18355/XL.2017.10.03.16
- Durdureanu, I. (2011). Translation of Cultural Terms: Possible or Impossible? *JoLIE*, 4.
- Garcia, I.M. (2018). Culturally marked translation units: A dynamic classificatory proposal for translation purposes. *Hermes*. DOI: 10.7146/hjlc.voi58.111685.
- Grisham J. (1993). *The Client*. N.Y.: Bantam Doubleday Dell Publishing Group.
- Guerrera, A. F. (2012). Translating culture: problems, strategies and practical realities. *Art and Subversion*. No. 1- Year 3. ISSN 1847-7755; DOI: 10.15291/sic/1.3.lt.1.
- Eriş, E. (2019). How is cultural terminology handled in translation? The Legend of the Thousand Bulls. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (16), 545-558. DOI:10.29000/rumelide.619042
- Katan, David (1999). *Translating Cultures. An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*. Manchester: St. Jerome.
- Komissarov V. (1991). Language and Culture in Translation: Competitors or Collaborators? *TTR: traduction, terminologie, rédaction*, 4(1). DOI:10.7202/037080ar.
- Markovic, L., Francuski, B.D., Stojilkov, A. (2019) East or West-Home Is Best: Translating the Yugoslav Household into English. *Mosaic*.
- Negro Alousque, I. (2010) Cultural domains: translation problems. *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, V. 4. DOI: 10.4995/rlyla.2009.740.
- Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation*. London/New York: Prentice Hall.
- Olalla-Soler, C. (2019). Using translation strategies to solve cultural translation problems. Differences between students and professional translators. *Perspectives: Studies in Translation Theory and Practice*. DOI: 10.1080/0907676X.2018.1549574.
- Robinson, D. (1997). *Becoming a Translator. An Accelerated Course*. London: Routledge.
- Sorby, S. (2019). The dynamic socio-cultural interactions in translating musicals' librettos: A case study on the Chinese version of *Mamma Mia!* *Babel*. DOI: 10.1075/babel.00110.sor.
- Sun, H. (2011). "On Cultural Differences and Translation Methods". *Journal of Language Teaching and Research*, Vol. 2, No. 1. DOI:10.4304/jltr.2.1.160-163.
- Tirado, R.G. (2019). Translation of words with a cultural component (based on the Spanish translation of the novel by Eugene vodolazkin "The Aviator". *Russian Journal of Linguistics*. DOI: 10.22363/2312-9182-2019-23-2-473-486.
- Trivedi, H. de Vicente Santos Mendes, T. (2019) Translating culture vs. cultural translation.

Cadernos de Tradução. DOI: 10.5007/2175-7968.2019v39n3p578.

Конфликты интересов: у авторов нет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the authors have no conflict of interest to declare.

Трегубова Юлия Алексеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германских языков и перевода ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина».

Yuliya A. Tregubova, Candidate of Sciences (Philology), Associate Professor of the Department of Romano-Germanic Languages and Translation, Bunin Yelets State University.