

ЛИТЕРАТУРА

1. Бацевич, Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Ф. С. Бацевич. – Київ : Довіра, 2007. – 205 с.
2. Винокурова, С. Масова свідомість у ситуації соціальної кризи: пошук еквівалент втрачених ілюзій / С. Винокурова // Філософська і соціальна думка. – 1993. – №1. – С. 4–18.
3. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981. – 138 с.
4. Ермаков, Ю. А. Манипуляция личностью: Смысл, приёмы, последствия / Ю. А. Ермаков. – Екатеринбург : Изд-во Урал ун-та, 1995. – 208 с.
5. Кибрик, А. Е. Очерки по общим и прикладным вопросам языкознания / А. Е. Кибрик. – М., 1992. – С. 287–301.

Вострецова В.А.,

канд. филол. наук, доцент

ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»,

Горловка, ДНР

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МИФОЛОГЕМ В АУДИОВИЗУАЛЬНОМ ТЕКСТЕ

Аннотация. Автор рассматривает типы и характеристики мифологем, а также примеры функционирования мифологем в литературе, художественных фильмах и мультфильмах, компьютерных играх; останавливается на цели использования мифологем, важности знания переводчиком значения и происхождения мифологем.

Ключевые слова: мифология, мифологема, аудиовизуальный, перевод.

FUNCTIONING OF MYTHOLOGEMES IN AUDIOVISUAL TEXTS

Summary. The author focuses on the types and characteristics of mythologemes, as well as examples of the functioning of mythologemes in literature, feature films and cartoons, computer games; dwells on the purpose of using mythologemes, the importance of the translator's knowledge of the meaning and origin of mythologemes.

Keywords: mythology, mythologeme, audiovisual, translation.

В современном мире аудиовизуальный перевод играет такую же важную роль, как и другие виды перевода. Все его типы развиваются активно, так как востребованы потребителем. Зритель или пользователь хочет получать качественный перевод фильма, телешоу, спектакля, компьютерной игры и других видов аудиовизуальной продукции.

Выполнение такого перевода способствует реализации политики доступности для различных категорий зрителей и пользователей.

Тексты аудиовизуальных продуктов насыщены различными видами лексики. Довольно часто встречаются такие безэквивалентные единицы как национально-маркированная или национально-значимая лексика. К такой лексике можно отнести все группы реалий, к которым принадлежат рассматриваемые нами единицы – мифологемы.

Как известно, культурный опыт того или иного народа отличается от опыта другого народа. Соответственно мифология также будет иметь разные черты в разных культурах – их мифы построены на отличающихся символах. Например, греческая мифология отличается от скандинавской, и обе они отличаются от славянской, китайской и т. д. Следует сказать, что несмотря на значительные отличия мифологий, можно наблюдать схожесть мифологем по всему миру. Данное явление объясняется тем фактом, что большая часть основных страхов, надежд и переживаний не сильно меняется в зависимости от языка. Например, люди боялись диких зверей в лесу, и так появился оборотень. Он есть и в славянской, и в европейской, и в китайской мифологиях. При этом мифологические образы могут в каждой отдельно взятой культуре наделяться теми или иными национально-культурными особенностями.

В литературе встречаем не только переводы произведений, например, греческих авторов, но и заимствование идей, сюжетов, героев иноязычными авторами из таких произведений (например, «Энеида» Вергилия в разных переводах; «Покушение на Тесея» Кира Булычёва; «Ифигения» Жана Расина и др.).

Активно развивающийся кинематограф также не обошел стороной мифы. Режиссёры используют древний эпос для создания художественных и документальных фильмов, мультфильмов, сериалов (например, Alexandre, Immortals, Clash of the Titans, Hercules, Легенды и мифы Древней Греции (греческая мифология); Thor: Ragnarok, The 13th Warrior, Beowulf & Grendel, И на камнях растут деревья (скандинавская мифология); The Witcher, Lokis, Добрыня Никитич и Змей Горыныч (славянская мифология); White Snake, The Monkey King, Big Fish and Begonia, Mulan (китайская мифология).

Отметим, что разработчики компьютерных игр также обратили внимание на мифологию. По мнению обозревателей компьютерных игр, игры «не чуть не хуже могут помочь вжиться в далекую эпоху или хотя бы попробовать древность на вкус» [1] (например, Will Rock, Titan Quest, Grepolis (греческая мифология); Vikings: Wolves of Midgard, Bad North, Viking Squad (скандинавская мифология); Чёрная книга (славянская мифология)).

Во всех указанных выше произведениях или продукции присутствуют мифологемы. Мифологема – это «важный для мифа персонаж или ситуация, это как бы «главный герой» мифа, который может переходить из мифа в миф» [3]. В качестве мифологем, используемых в аудиовизуальной продукции, мы рассматриваем мифический персонаж или аллюзию на него, а также понятия особого мифического содержания.

К первой группе относим: имена героев и персонажей мифологических эпосов (*Achilles – Ахиллес, Paris – Парис, Eurymathian Bear – Эриманский вепрь*); имена божеств (*Zeus – Зевс, Athena – Афина, Poseidon – Посейдон*); имена персонажей, которые характеризуются наибольшей абстрагированностью функций (*Death – Смерть*); названия мифических персонажей (*elf – эльф, oracle – оракул, echidna – ехидна*).

Мифологемами особого мифологического содержания целесообразно считать: мифологические образы (*World serpent – Мировой змей, World tree – Мировое дерево, Lady Luck – женщина-судьба, госпожа-удача*); имена собственные, которые представлены этнонимами, топонимами, мифическими событиями, представляющими собой реалии, например, англоговорящих стран и составляющие их специфическую историю, либо заимствованные из мифов древней Греции и Рима (*danais – данайцы, Trojan War – Троянская война, Ragnarok – финальная битва богов в германо-скандинавской мифологии*); предметы, имеющие необычные свойства (*palladium – палладий, изваяние Афины*); понятия, которые перешли из имени собственного в имя нарицательное (*chaos – хаос, hygiene – гигиена, flora – флора*); мифологемы, которые закреплены в словарях и справочниках в виде устойчивых выражений (*elf arrows – нагромождение камней, elf locks – спутанные волосы, elf shot – околдованный*); мифологемы, ставшие частью фразеологии, например, английского и русского языков (*Achilles' heel – Ахиллесова пята, Apple of discord – яблоко раздора, Trojan horse – Троянский конь*).

Важно отметить, что мифологема – это единица, которая «обладает многоуровневой иерархией смыслов: во-первых, она обращена в прошлое, ее основу составляют традиции национальной культуры; во-вторых, она отражает настоящее, реальность современной культурной ситуации, стереотипы коллективного сознания» [2, с. 210]. Поэтому можно говорить о том, что целью использования мифологем в аудиовизуальном тексте всегда является отсылка к прошлому, истории, литературе, культуре какой-то страны или эпохи для получения зрителем/игроком дополнительных знаний.

Переводчику важно владеть знаниями как о значении, так и о происхождении той или иной мифологемы, поскольку современная киноиндустрия и мультипликация наполнены многочисленными аллюзиями на древние мифы, при этом сценаристы и разработчики часто адаптируют мифологемы к условиям меняющейся

действительности, трансформируют и переосмысливают их, придают им новые формы и наделяют новым значением.

ЛИТЕРАТУРА

1. 11 Лучших игр про греков, Древнюю Грецию и греческие мифы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.youtube.com/watch?time_continue=17&v=nO2r-ikr47s&feature=emb_logo (дата обращения : 04.12.2021).
2. Коновалова, Н. И. Мифологема как свернутый сакральный текст / Н. И. Коновалова // Политическая лингвистика. – 2013. – № 4. – С. 209-215.
3. Маслова, В. Лингвокультурология [Электронный ресурс] / В. Маслова. – Режим доступа : <https://www.gumer.info/bibliotek/Buks/Linguist/maslova/02.php> (дата обращения : 04.12.2021).

*Дымченко А.С.,
студент*

*ГБОУВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет
имени Февзи Якубова»,*

Симферополь, РФ

*Научный руководитель: Давыдова Оксана Павловна
канд. филол. наук, доцент*

РОЛЬ И ОСОБЕННОСТИ СЛЕНГОВЫХ ВЫРАЖЕНИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ INSTAGRAM И TWITTER

Аннотация. Работа посвящена определению роли, особенностей сленговых выражений, представленных в форме аббревиатур в социальных сетях Instagram и Twitter.

Ключевые слова: сленг, социальные сети, роль, особенности.

THE ROLE AND FEATURES OF SLANG EXPRESSIONS IN SOCIAL NETWORKS INSTAGRAM AND TWITTER

Summary. The work is devoted to determining the role and features of slang expressions presented in the form of abbreviations in the social networks Instagram and Twitter.

Keywords: slang, social networks, role, features.

Сегодня Интернет играет очень важную роль в жизни многих людей, особенно в жизни молодежи, поскольку является не только популярным средством коммуникации, но и источником формирования такого важного пласта языка, как сленг, правильно истолковать который иногда не могут и сами носители языка.

Сленг – это употребляемые отдельными возрастными и социальными группами населения слова и фразы. Это та самая