

нения, которые являются изомерами: 1- и 2-хлорметилбензотриазолы. Реакцию проводили в 45%-ном растворе NaOH. Причем, по ходу проведения эксперимента, в раствор добавляли порциями NaOH для поддержания щелочной среды.

Получено два новых соединения: гепта-[6-О-(1Н-бензотриазол-1-илметил)]-β-циклодекстрин и гепта-[6-О-(2Н-бензотриазол-1-илметил)]-β-циклодекстрин.

Структуру полученных соединений подтверждали методом ИК спектроскопии, а чистоту — по данным Rf (ТСХ). Присутствующие в ИК спектрах полосы поглощения, характерные для гидроксильных групп, указывают на не полное их замещение в молекуле β-циклодекстрина. Возможно, в целевых продуктах присутствует смесь частично замещенных соединений в различных соотношениях. Для ответа на данные вопросы необходимы дополнительные исследования.

УДК 621.3.082

**ПРИЕМЫ И СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА  
(ПО МАТЕРИАЛАМ РОМАНА ТОМА ШАРПА  
«НОВЫЙ РАСКЛАД В ПОКЕРХАУСЕ»)**

К. А. Чехова<sup>1</sup>

Научный руководитель: А. М. Пыж, к.ф.н., доцент

Ключевые слова: комическое, перевод, метод компенсации

Традиционно для перевода имен собственных используется прямое заимствование т.е. транскрибирование. Однако, как исключение, имя может подвергаться переводу, а порой претерпевать большие на себя посягательства.

Рассмотрим ряд примеров. Имя ректора университета «Godber» (от англ. God – Бог) было переведено на русский язык как «Богдер». Так, переводчикам удалось сохранить не только семантическую составляющую, включив в фамилию цельное слово «бог», но и структурную, поскольку к слову «бог» как в русском, так и в английском варианте был добавлен суффикс.

Подобная комбинация переводческих методов: перевод+калька используется и при переводе имени молодого аспиранта: «Zipser» – «Пупсер». Поскольку в русском языке не имеется столь короткого эквивалента к слову «zip» – «застежка», «молния», переводчикам приходится подбирать слово максимально подходящее по контексту, способное передать образ жалкого

---

<sup>1</sup> Ксения Алексеевна Чехова, студентка группы 5423 – 450301D, email: john.openair@mail.ru

тщедушного молодого человека. Обратим внимание, что в данном примере суффикс целиком транскрибируется, поскольку не вредит благозвучности фамилии.

Таким образом, мы выявляем характерный механизм образования имен собственных в исходном языке: *имя суц. или прил. + суффикс*. Такой алгоритм используется и при переводе с английского языка на русский.

Также работу переводчика над романом значительно усложняет обилие каламбуров. Так в юмористическом романе игра слов является не средством, а целью, что и обязывает переводчика сохранить ее во что бы то ни стало. И единственно возможным приемом будет не собственно перевод, а сочинение своего каламбура на заданную автором тему. Обратимся к примеру:

“A real shiner,” he said examining the swollen eye in the mirror behind the door.

«Ну и фонарь, дорогу освещать можно», – подумал Кухмистер, осматривая распухший глаз.

Действительно, дословный перевод данного примера лишит читателя возможности уловить комический эффект, в виду отсутствия эквивалента к слову «shiner», поэтому переводчик подбирает образ максимально похожий семантически и легко распознаваемый русскоязычным читателем, а именно «фонарь».

Зачастую, когда нет возможности путем «пословного» перевода достаточно четко передать «каламбурность» сочетания, переводчик создает собственную игру слов, иногда на совсем иной основе и совсем другими средствами.

But if the Fellows found difficulty in coming to terms with the contents of their stomachs, the contents of Sir Godber’s speech were wholly indigestible.

Ученые мужи, не отрываясь, смотрели на огонь в камине, и в душе у каждого тоже бушевал огонь.

Так мы наблюдаем значительное расхождение авторского текста и перевода. В виду невозможности перевести каламбур при помощи метода калькирования, переводчик использует метод компенсации, чтобы сохранить комический эффект, задуманный автором.

Однако наиболее примечательной находкой Тома Шарпа является введение языковой игры по средствам диалогов. Процесс перевода такого вида каламбуров можно разделить на несколько основных этапов:

1. Распознавание каламбура в оригинале.
2. Установление способа образования каламбура из устойчивого сочетания слов.
3. Произведение обратной трансформации: определение основы каламбура.
4. Нахождение эквивалентного словосочетания в целевом языке.
5. Трансформация этого эквивалента в каламбур перевода.

С целью проверить состоятельность данного алгоритма рассмотрим следующий пример:

– “Mrs Biggs hardly comes within the category of forbidden fruit, tittered the Bursar.

– “Thank you,” answered the Chaplain, “I think I will have an apple.”

– Домогаться миссис Слони! Это же надо! Вот фрукт! – прыснул Казначей.

– Благодарю, – подхватил Капеллан. – От яблочка не откажусь.

Данный пример демонстрирует возможность отказа от использования стопроцентного эквивалента к исходному фразеологизму, несмотря на его очевидное наличие. Так, переводчик находит альтернативную фразу: «Вот фрукт!» поскольку именно она позволяет более выразительно оформить, выделить, обыграть слово «фрукт», вокруг которого и строится весь каламбур.

УДК 339.138

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМЫ И КУЛЬТУРЫ МЕМОВ**

А. С. Чувилин<sup>1</sup>

Научный руководитель: Д. В. Тимошина, старший преподаватель

Ключевые слова: интернет-мем, smm, интернет-маркетинг, маркетинг социальных сетей

В существующей научной литературе интернет-мем рассматривается как феномен культуры. В нашем исследовании предлагается попытка рассмотрения его как инструмента маркетинга (на примере рекламной кампании в Интернете, проводимой сетью быстрого питания Burger King).

Цель исследования заключалась в определении интернет-мема как инструмента smm-продвижения, определении области его применения, а также влияния на целевую аудиторию. Для достижения цели мы изучили существующую теорию SMM, контент-маркетинга, изучили существующую теорию интернет-мема, определили интернет-мем как феномен интернет-коммуникации. Проанализировали существующую интернет-культуру и интернет-мемы.

Изучили практику использования интернет-мема сетью быстрого питания Burger King. Сформулировали принципы и дали основные характеристики действующего интернет-мема как инструмента smm-продвижения.

Было определено, что интернет-мем имеет четыре этапа существования: возникает прецедентный интернет-мем, стихийно набирающий популярность; происходит семочленение прецедентного интернет-мема, абстра-

---

<sup>1</sup> Александр Сергеевич Чувилин, студент группы 5201-420301D, email: alex.chuvilin@mail.ru