

DOI: 10.12731/2077-1770-2022-14-3-254-269

УДК 81-26

**АУДИОВИЗУАЛЬНЫЙ ПЕРЕВОД
ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА
(НА ПРИМЕРЕ ПЕРЕВОДА КУЛИНАРНЫХ
ШОУ ДЖЕЙМИ ОЛИВЕРА С АНГЛИЙСКОГО
НА РУССКИЙ ЯЗЫК)**

Е.В. Жучкова, А.А. Шагеева, С.А. Иванова

***Обоснование.** В данной статье рассматривается специфика гастрономического дискурса в переводческом аспекте применительно к одной из наиболее востребованных в современных условиях его реализаций – аудиовизуальному переводу. В работе представлен обзор базовых теоретических проблем, связанных с разграничением дискурсов и уточнением терминологического инструментария для их наименования в рамках темы «пища». Многообразие научных подходов к определению и классификации основных понятий такого рода изысканий (П.П. Буркова, И.Е. Зайцева, Н.Н. Кацунова, Ф.Л. Косицкая, А.В. Олянич и др.) подтверждает дискуссионность заявленной проблематики и, следовательно, её актуальность, в том числе для нашего исследования.*

***Цель.** Выявить переводческие стратегии передачи гастрономического дискурса с английского языка на русский язык.*

***Материалы и методы.** Материалом исследования послужили британские кулинарные телепрограммы Джейми Оливера с 2005 по 2017 гг. и их перевод для русскоязычной аудитории, выполненный телевизионными каналами Foxlife, Телекафе, Кухня ТВ. Изучение языковых явлений осуществлялось с применением сравнительно-сопоставительного и критического анализов.*

***Результаты.** В статье описаны продуктивные стратегии перевода гастрономического дискурса с английского языка на русский язык, систематизированы наиболее часто допускаемые при этом переводческие ошибки и обозначены возможности их преодоления.*

Область применения результатов. *Результаты исследования могут быть использованы в переводческой практике при передаче англоязычного контента на русский язык для последующего дубляжа кулинарных телешоу; для исследования гастрономического дискурса на другом материале; в вузовских курсах по стилистике, теории и практике перевода; в методике обучения иностранным языкам.*

Ключевые слова: *аудиовизуальный перевод; гастрономический дискурс; дубляж; кулинарное шоу; переводческие трансформации*

**AUDIOVISUAL TRANSLATION
OF GASTRONOMIC DISCOURSE (ILLUSTRATED
BY JAMIE OLIVER'S COOKING SHOWS TRANSLATIONS
FROM ENGLISH INTO RUSSIAN)**

E.V. Zhuchkova, A.A. Shageeva, S.A. Ivanova

The paper considers characteristics of gastronomic discourse through the lens of the audiovisual translation being one of the most popular and demanded types of translation today. The paper is a review of the main theoretical treatments of discourses and terminological aspects related to the topic "food". A great variety of approaches to defining and classifying the main concepts of such studies (P.P. Burkova, I.E. Zaïceva, N.N.Kacunova, F.L. Kosickaya, A.V. Olyanich) indicates that the issue is open to discussion and serves as a motivation for our research.

Purpose. *The study aims to find translation strategies in rendering gastronomic discourse from English into Russian.*

Material and methods. *Jamie Oliver's TV cooking shows from 2005 to 2017 and their translations into Russian made by Foxlife, Telecafe, Kuchnya TV channels. Contrastive method and critical analysis are used as the main methods of the study.*

Results. *The paper describes effective translation strategies of gastronomic discourse from English into Russian, systematizes common translation mistakes and offers their possible solutions.*

***Practical implications.** The results can be used in translation and interpreting when rendering the English content into Russian for further dubbing of TV cooking shows; in further studies of gastronomic discourse; in university courses of stylistics, theory and practice of translation; in teaching language training methods.*

***Keywords:** audiovisual translation; gastronomic discourse; dubbing; cooking show; translation transformation*

В настоящий момент нет одного установившегося названия для обозначения дискурса, включающего в себя продукты питания, способы и методы приготовления блюд, оценку качества блюд, а также способы их подачи. Это можно объяснить тем, что дискурс не имеет четких границ и находится в состоянии постоянного развития. Анализ литературы по вопросу исследования показал, что было предпринято несколько попыток объединить все аспекты, связанные с темой «пища». Так, в работах современных исследователей встречаются понятия «кулинарный», «глуттонический» и «гастрономический» дискурс. Н.Н. Кацунова отмечает, что выделенная М. Хэллидеем «тема» дискурсов традиционно считается основой для классификации, однако размытость понятий и выбор одних и тех же критериев может в итоге приводить к излишней терминологии. Таким образом, происходит «синонимизация» дискурсов, которые на самом деле дублируют друг друга [1, с. 197].

Среди вышеупомянутых вариантов термин «гастрономический дискурс» встречается чаще всего. Н.Н. Кацунова высказывается о специализированности данного дискурса и утверждает, что под гастрономическим дискурсом должен пониматься дискурс экспертного общества, в котором участниками становятся либо профессионалы, обладающие высокими навыками приготовления пищи, либо люди с глубокими познаниями в области гастрономии [1, с. 199]. Такое понимание гастрономического дискурса складывается из характеристик самой гастрономии. Например, Ф.Л. Косицкая и И.Е. Зайцева указывают на такие компоненты, как «изошренный вкус в еде и понимание тонкостей кулинарного искусства», «наука,

изучающая связь между культурой и пищей». Авторы делают вывод, что гастрономический дискурс – тип коммуникации, который участвует в процессе приобретения, приготовления и потребления пищи. Кроме того, важной частью гастрономического дискурса является оценка качества блюда и его подачи [2, с. 26]. Гастрономический дискурс, согласно авторам, многомерен и неоднороден, так как представляет собой взаимодействие между ресторанным, академическим (учебным) кулинарным дискурсом, гастрономическим медиадискурсом и т.д.

Понятие «кулинария» также широко употребляется в значении «искусство приготовления пищи». Неотъемлемой частью кулинарии является наличие специального оборудования и определенных правил (рецептов). Н. Н. Кацунова предлагает включать понятие «гастрономия» в понятие «кулинария» для описания особого вида деятельности с более узким набором характеристик, так как кулинария в отличие от гастрономии не ограничивается какими-либо техниками приготовления, набором продуктов и навыками готовящего. Ф.Л. Косицкая и И.Е. Зайцева, наоборот, рассматривают кулинарию как часть гастрономии, так как под кулинарией понимается приготовление пищи с помощью специального оборудования [3, с. 153]. Неоднозначность разграничения этих двух понятий также затрагивает и участников данных дискурсов. Согласно Н.Н. Кацуновой, для гастрономического дискурса характерно взаимодействие между двумя профессионалами, в то время как для кулинарного дискурса типичны отношения профессионал/непрофессионал. Таким образом, в рамках кулинарного дискурса происходит передача знаний о приготовлении пищи от одного субъекта к другому [1, с. 199].

П.П. Буркова описывала участников гастрономического дискурса таким образом: «“автор” – человек, обладающий большим опытом, навыками, умениями, знаниями в области кулинарии, и “клиент”, собирающийся что-либо приготовить» [3, с. 151], при этом она рассматривает участников не кулинарного, а гастрономического дискурса. Однако в последующих работах П.П. Буркова уже использует термин «кулинарный» дискурс [Там же, с. 152].

Глюттонический дискурс – термин, появившийся в работах нескольких российских ученых. А.В. Олянич рассматривает глюттоническую коммуникацию как отражение потребности в пище, а также культурных составляющих (ритуалов) приготовления и ее потребления. При этом А.В. Олянич использует термин «глюттотония» и для описания всего процесса добычи, приготовления и потребления пищи, что позже находит отклик в работах других авторов. Стоит отметить, что ученый относится к понятиям «глюттонический» и «гастрономический дискурс» как к взаимозаменяемым [4]. Позже автор поясняет, что под глюттоническим дискурсом понимается «коммуникация, связанная с состоянием пищевых ресурсов и процессами их обработки и потребления» [Там же, с. 426]. Н.Н. Кацунова сомневается в целесообразности выбора понятия «глюттотония» ввиду того, что само это слово не зафиксировано в словарях русского языка и до сих пор является неологизмом. Автор отмечает, что термин «gluttire» был взят из латинского языка, однако значение глюттотонии ограничивается лишь потреблением пищи (зачастую обозначает чрезмерное употребление пищи) [1, с. 200].

Как видно из приведенного краткого обзора ключевых понятий нашего исследования, на сегодняшний день не наблюдается единого мнения относительно терминов «гастрономический», «кулинарный» и «глюттонический» дискурс, что приводит к своеобразному терминологическому сбою: одни ученые рассматривают эти термины как синонимичные и взаимозаменяемые, другие считают, что за данными терминами стоят разные понятия, следовательно, они не являются синонимичными. В нашей работе в качестве основного будем использовать термин «гастрономический дискурс», обозначающий дискурс, который включает в себя продукты питания, способы и методы приготовления блюд, оценку качества блюд, а также способы их подачи. Будем считать также, что данное понятие включает в себя понятия «кулинарный» и «глюттонический» дискурс, т.е. выступает по отношению к ним как общее.

В качестве **материала для изучения** особенностей перевода гастрономического дискурса с английского языка на русский в данной

работе выбраны кулинарные шоу Джейми Оливера, выходявшие в период с 2005 по 2017 гг. Были проанализированы программы Jamie's Great Italian Escape (2005), Jamie at Home (2007), Jamie's 30-Minute Meals (2010), «Jamie's Food Escapes» Marrakesh (2010), Jamie Cooks Summer (2011), Jamie's 15-Minute Meals (2012), Jamie's Comfort Food (2014), Jamie's Quick & Easy Food (2017) и их перевод для русскоязычной аудитории, предоставленный телевизионными каналами Foxlife, Телекафе, Кухня ТВ.

Перевод кулинарных шоу относится к аудиовизуальному переводу (АВП) – одному из самых популярных на сегодняшний день объектов переводоведения. Однако перевод гастрономического дискурса менее изучен по сравнению с переводом фильмов, сериалов, ситкомов и мультипликационных фильмов. Вместе с тем, растущее количество поступающих на российский рынок кулинарных шоу доказывает **целесообразность изучения гастрономического дискурса и особенностей его перевода.**

Во всех исследованных нами случаях для перевода кулинарных шоу использовался дубляж – процесс замены голосовой дорожки языка оригинала на язык перевода. Будучи видом аудиовизуального перевода, дубляж полисемантичен: «...аудиовизуальные тексты изначально полисемантически. Реципиенты аудиовизуальных материалов одновременно являются и зрителями, и слушателями, и читателями. Они обрабатывают информацию сразу на нескольких уровнях декодирования» [5, с. 7]. Поэтому «АВП – это создание нового полисемантического единства на языке-реципиенте на основе единства, существовавшего на исходном языке» [Там же, с. 13]. Данные положения, сформулированные А.В. Козуляевым (руководителем Школы аудиовизуального перевода, одним из ведущих переводчиков видеоконтента в России), являются **методологической базой** проведенного нами **анализа** особенностей перевода кулинарных шоу с английского языка на русский.

А.В. Козуляев также отмечает, что при переводе под полный дубляж переводчик сталкивается с множеством трудностей. Текст дубляжа должен создавать иллюзию, что это живая речь героев, по-

этому он занимает промежуточное положение между письменным и устным текстом. Так, переводчику необходимо на основании параллельных смысловых потоков синтезировать текст, а затем осуществить пересоздание целостного семантического целого текста на языке перевода. Это может быть достигнуто с помощью соблюдения временных рамок реплик оригинала и подбора визуально похожих произносимых актерами звуков. Спонтанная речь содержит паузы и запинки, а также там встречается повтор одной и той же мысли, что отсутствует в заранее написанном сценарии, однако должно присутствовать в переводе [Там же, с. 13].

В результате проведенного нами **анализа передачи англоязычного гастрономического дискурса на русский язык** на примере перевода кулинарных шоу Джейми Оливера были **выявлены следующие особенности**.

Самой употребляемой трансформацией при переводе является **генерализация**. Так, если время приготовления блюда или количество продуктов указано приблизительно, то при переводе на русский язык время округляется, а предполагаемое количество ингредиентов не указывается, например: *cook for 30-35 minutes – готовьте около получаса; add some olive oil, a good knob of butter – нагрейте оливковое или сливочное масло; two semi-heaped teaspoons – пара ложек; with lots of lime – с добавлением лайма; halve the lemon – возьмем дольки лимона*. Встречаются также случаи, когда генерализации подвергаются наименования блюд и продуктов, а также их характеристики: *you can use cabbage... like the old coleslaw – можно использовать капусту... более традиционно*. В данном примере англоязычное наименование блюда – coleslaw, означающее популярный традиционный овощной салат, основным ингредиентом которого является капуста, заменено при передаче на русский язык фразой «более традиционно». Русскоязычная аудитория может быть не знакома с данным блюдом, и переводчик решил избежать необходимости объяснять, что это такое. При этом идея о том, что данный салат – популярное блюдо, представляющее традиционный способ приготовления капусты, передана. В следующих примерах

генерализации подвергаются характеристики используемых ингредиентов: *extra-virgin olive oil* – *хорошее оливковое масло*; *straight on top with some boiling water* – *зальем горячей водой*; *self-raising flour* – *мука*; *stoned olives* – *оливки*; *plum tomatoes* – *помидоры*. Помимо этого, наблюдаются случаи, когда гипонимы, обозначающие продукты питания, блюда, кухонную утварь и т.д., заменяются соответствующими им гиперонимами. Так как упомянутые предметы появляются в кадре, то зритель с легкостью может понять, о чем говорит ведущий: *olive oil* – *масло*; *lime, lemon and pink grapefruit* – *различные цитрусы*, *like a croissant, like a puff pastry* – *будто кондитерское изделие*; *ale barley lamb shanks* – *мясо с перловкой и элем*.

Популярность генерализации может быть обусловлена несколькими факторами. Во-первых, аудиовизуальный перевод накладывает временные ограничения: переводчик должен осуществить перевод таким образом, чтобы вся необходимая для полного понимания информация была передана в четко отведенное на это время. Округление времени приготовления блюда и указание непосредственно продукта вместо его приблизительного количества предоставляет переводчику возможность сфокусироваться на главной мысли предложения и уместить реплику в отведенные на это временные рамки. Помимо этого, перечисление продуктов, зачастую не используемых в приготовлении конкретного блюда (предоставляется в качестве альтернативы находящимся на экране ингредиентам), также не является целесообразным. Обобщая перечень однородных членов до целого класса предметов, переводчик сообщает зрителю о существовании вариантов замены и одновременно с этим не превосходит временной лимит предложения. Кроме того, использование наименования класса предмета вместо названия самого предмета может помочь избежать потенциальной ошибки при переводе незнакомого термина.

В противоположность генерализации, **конкретизация** встречается крайне редко. Тем не менее, приведем несколько примеров данного типа трансформации: *to understand Moroccan food* – *узнать из каких ингредиентов готовятся прекрасные марокканские блюда*; *turn off the heat* – *выключайте газ*. В последнем примере, однако,

конкретизация была неуместной, поскольку она не соответствовала ни аудиальному, ни визуальному рядам: использование слова «газ» при приготовлении блюда на открытом огне приводит к искажению смысла и представляет собой переводческую ошибку.

Наравне с генерализацией наиболее часто используемой стратегией перевода является **опущение**, при котором часть предложения не находит отражения в тексте перевода. Так, мы можем отметить случаи, когда переводчик выпускал одно слово, словосочетание или все предложение целиком. При подробном рассмотрении примеров можно заметить, что все выпущенные слова или фразы либо сопровождают иллюстрируемое ведущим действие, либо не влияют на процесс приготовления блюда: *I'm serving it with baked sweet potatoes, **peppery watercress**, lemon* – я подаю его со сладким картофелем, лимоном; *apply the **old values: care, love, attention*** – готовьте это с любовью. Данный тип трансформации часто касается прилагательных, характеризующих продукты или блюда и имеющих оценочный компонент, а иногда наделенных эмоциональной окраской: *lovely oranges* – апельсины; *a **mouth-watering fish dish*** – это блюдо; *sweet and sour caramelized onions* – карамелизованный лук; *for a **subtle-flavoured fish like grouper (a bit like bream)*** – для такой рыбы как морской окунь; *a **mind-blowing fast and fresh dish*** – блюдо.

Мы также обнаружили несколько случаев опущения целых фраз: *... and then I put them together with clotted cream and jam; they will cook from scratch; It's OK as soon as it comes roughly together*. Хотя данные фразы остались непереуведенными, это не затруднило восприятие информации и не исказило рецептуру.

Однако в некоторых случаях использования опущения можно заметить, что отсутствие того или иного ингредиента влияет на полное понимание текста. Несмотря на то, что текст перевода кажется завершенным, все проговариваемые в оригинале элементы транслируются с помощью визуального ряда, поэтому их отсутствие в тексте перевода может запутать зрителя: *2 carrots, **2 sticks of celery**, 2 cloves of garlic and **2 onions*** – морковочка, чеснок; *zest and juice of a lemon* – добавьте лимонной цедры.

Благодаря тому факту, что аудиовизуальный текст представляет собой объединение нескольких коммуникационных каналов, дублирование информации несколькими каналами в некоторых случаях может показаться избыточным. Так, вместо подробной инструкции о необходимых действиях переводчик может предложить аудитории обратить внимание на визуальный ряд для того, чтобы понять, что стоит делать дальше: *run your knife down the corn – срежьте зерна с початка вот таким образом; put your knife in around it – и вытаскиваем вот так; cut them in halves – режем вдоль* (на экране видно, что режет пополам).

Еще одной выявленной нами особенностью кулинарных шоу является **редупликация**, т.е. повторное использование слова или фразы. Чаще всего это происходит из-за желания автора привлечь внимание зрителя к определенной информации. Однако, мы допускаем, что в некоторых случаях редупликация имеет место потому, что речь Джейми Оливера спонтанна, и в процессе описания своих действий он может просто механически повторять какие-то слова или фразы, не пытаясь при этом сделать акцент на них. Переводчики редко сохраняют редупликацию при переводе, ограничиваясь одиночным употреблением слова или фразы: *we need all of that, we need all of that – нам понадобится всё; so exciting, so exciting – как это было здорово; it will go golden-golden-golden – жидкость станет золотистой; mega sandwich, mega-mega sandwich – это будет мега сэндвич*.

В ряде случаев важность или эмоциональность, вербализованная редупликацией, передается переводчиком отличным от редупликации способом: *they use a lot and lot and lot of olive oil – очень много оливкового масла* (повторение в англоязычном варианте слова *lot*, подчеркивающее большое количество оливкового масла, в русскоязычном варианте трансформируется в усилительное наречие «очень»); *take it, take it, take it – обязательно попробуйте* (трехкратное повторение подчеркивает рекомендации автора аудитории попробовать и приготовить определенное блюдо, в русскоязычной версии данный настоятельный совет передан наречием «обязатель-

но»); *great-great cheese toastie* – **вкуснейший великолепный сэндвич** (качество сэндвича передано на английском языке повтором слова *great*, а на русском – прилагательным в превосходной степени «вкуснейший» и прилагательным «великолепный»).

Однако существуют случаи, когда редупликация в полной мере сохранена в тексте перевода. Данный факт можно объяснить тем, что, несмотря на временные ограничения, у переводчика была возможность сохранить удвоение, тем самым передать закладываемый эмоциональный оттенок без потери других элементов текста: *perfect... perfect for ravioli* – *идеально... просто идеально для равиоли*; *just a little bit of water; just a little bit of water* – *просто добавим немного воды, просто добавим немного воды*; *really-really good* – *очень-очень неплохо*.

Проанализировав приемы передачи элементов гастрономического дискурса, мы также выявили те из них, которые представляют особую **сложность для переводчика**. К таким элементам относятся термины, означающие кухонную утварь, блюда, ингредиенты, а также описание методов приготовления.

В первую очередь стоит отметить, что большое количество ошибок при переводе возникает при передаче наименований блюд. Так, несмотря на существование общепринятого перевода, в некоторых случаях переводчики пытались не только дать название блюду, но и описать его специфику. Очевидно, что для избегания такого рода ошибок переводчик должен обладать определенными фоновыми знаниями в области кулинарии и гастрономии. Также можно предположить, что ошибки возникали, вероятно, из-за отсутствия печатной версии материала и трудностей при прослушивании конкретных реплик. Рассмотрим несколько примеров: *sticky toffee pudding* было переведено как *липкий ирисовый пудинг*, тогда как общепринятый перевод – *финиковый пудинг с карамелью*; для названия блюда *spaghetti Bolognese* был предложен перевод *спагетти с болоньезе*, однако в действительности блюдо называется *спагетти болоньезе*; *nice frosting – creamy topping* перевели как *морозный сливочный крем*, вместе с тем это *глазурь*; *Turkish delight vibe* – *турецкий привкус*, хотя общепринятый перевод – *рахат-лукум*.

При передаче методов приготовления также встречаются неточности и ошибки. Следующий пример иллюстрирует искажение смысла, вызванного тем, что переводчик предлагает использовать один из двух ингредиентов, в то время как в оригинале требуется их одновременное использование: *add some olive oil, a good knob of butter* – *нагрейте оливковое или сливочное масло*.

Еще в одном примере мы видим несоответствие оригиналу, которое, вероятно, связано с низким уровнем знаний об особенностях кулинарных процессов: *put at full whack and immediately turn it down to 180 °C* – *и сразу включу на 180 градусов по Цельсию*, тогда как сначала рекомендуется задать максимальную температуру, а уже затем снизить её до 180 градусов.

Интересные случаи, на наш взгляд, представлены примерами искажения смысла, когда исходный смысл менялся при передаче на русский язык на противоположный. Заметим, что в данных примерах не содержится антонимический перевод, сохраняющий смысл оригинала и не искажающий информацию. Рассмотрим несколько случаев. *Can I smell fish? Absolutely not! Even outside you can't smell fish. It's fresh* – *Как я отношусь к запаху свежей рыбы? Ужасно! Даже на улице не терплю запаха свежей рыбы* (Однако, на самом деле речь идет о том, что рыба настолько свежа, что совсем не имеет запаха: Рыба пахнет? Совсем нет! Запаха вовсе нет. Рыба свежайшая). *If I'm unlucky I can come across one of mine* – *не повезло, ведь свой так и не встретил* (Если не повезет, встречу свой); *...and then that's all* – *...и ещё* (вот и всё).

Изучив особенности передачи элементов англоязычного гастрономического дискурса на русский язык на материале кулинарных шоу Джейми Оливера, **мы пришли к выводу**, что этот тип текстов может вызвать определенные переводческие трудности ввиду наличия кулинарных терминов, специальной лексики, обозначающей продукты питания, блюда, ингредиенты, способы приготовления пищи, требующих определенного набора знаний о данных явлениях и процессах от переводчика.

Кроме того, трудности могут быть вызваны самим форматом перевода – дубляжом, в основе которого лежит аудиовизуаль-

ный текст, объединяющий несколько коммуникационных каналов. Самыми популярными приемами являются генерализация и частичное или полное опущение информации из текста перевода. Данная тенденция может обуславливаться тем фактом, что во избежание ошибки из-за ограниченного количества времени на осуществление перевода и неглубоких познаний в области кулинарии, переводчики отбирали более широкие по значению лексические единицы. В таком случае оба приема могут помочь переводчику и одновременно с этим не препятствовать полному пониманию текста, так как благодаря визуальному ряду зритель может ознакомиться с особенностями обсуждаемого предмета или процесса.

В заключение следует отметить, что проделанная **работа является одним из этапов более масштабного исследования** особенностей передачи гастрономического дискурса при переводе. Следующими этапами планируется рассмотрение в заявленном аспекте культурно-специфической лексики, а также эмоционально окрашенной речи, характерной для данного вида дискурса.

Список литературы

1. Кацунова Н.Н. К вопросу о «Синонимизации» дискурсов // Вестник ИГЛУ. 2012. № 2. С. 196-201.
2. Косицкая Ф.Л., Зайцева И.Е. Французский гастрономический дискурс и его жанровая палитра // Вестник ТГПУ. 2016. № 2. С. 25-30.
3. Лукьянова С.В. К вопросу о типологии дискурса // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2016. № 3. С. 150-154.
4. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: Дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2004. 602 с.
5. Козуляев А.В. Обучение динамически эквивалентному переводу аудиовизуальных произведений: опыт разработки и освоения инновационных методик в рамках Школы аудиовизуального перевода // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2015. № 3(13). С. 3-24.

References

1. Kacunova N.N. K voprosu o «Sinonimizacii» diskursov [On the problem of discourse doubling]. *Vestnik IGLU* [Irkutsk State Linguistic University Bulletin], 2012, no. 2, pp. 196-201.
2. Kosickaya F.L., Zaïceva I.E. Francuzskii gastronomicheskiï diskurs i ego zhanrovaya palitra [French gastronomy discourse and its speech genre palette]. *Vestnik TGPU* [Tomsk State Pedagogical University Bulletin], 2016. no. 2, pp. 25-30.
3. Luk'yanova S.V. K voprosu o tipologii diskursa [The problem of discourse topology]. *Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Social'no-gumanitarnye nauki* [Pskov State University Bulletin. Social sciences and Humanities], 2016, no. 3, pp. 150-154.
4. Olyanich A.V. *Prezentacionnaya teoriya diskursa* [Presentational theory of discourse]. PhD dissertation. Volgograd, 2004, 602 p.
5. Kozulyaev A.V. Obuchenie dinamicheski ekvivalentnomu perevodu audiovizual'nykh proizvedenii: opyt razrabotki i osvoeniya innovatsionnykh metodik v ramkakh SHkoly audiovizual'nogo perevoda [Teaching the dynamically equivalent translation of audiovisual discourses: innovative approaches of the school of audiovisual translation]. *Vestnik PNIPU. Problemy yazykoznaniiya i pedagogiki* [Perm National Research Polytechnic University Bulletin. Linguistics and Pedagogy], 2015. no. 3 (13), pp. 3-24.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Жучкова Елена Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» ул. Мира, 19, г. Екатеринбург, Свердловская область, 620002, Российская Федерация e.v.zhuchkova@urfu.ru

Шагеева Анна Алексеевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» ул. Мира, 19, г. Екатеринбург, Свердловская область, 620002, Российская Федерация a.a.shageeva@urfu.ru

Иванова Светлана Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» ул. Мира, 19, г. Екатеринбург, Свердловская область, 620002, Российская Федерация s.a.ivanova@urfu.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Elena V. Zhuchkova, Candidate of Philology, Associate Professor, Chair of Foreign Languages
*Ural Federal University Named after the First President of Russia B.N. Yeltsin
19, Mira Str., Ekaterinburg, Sverdlovsk Region, 620002, Russian Federation
e.v.zhuchkova@urfu.ru
SPIN-code: 1806-4667
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8505-4694>*

Anna A. Shageeva, Candidate of Philology, Associate Professor, Chair of Foreign Languages
*Ural Federal University Named after the First President of Russia B.N. Yeltsin
19, Mira Str., Ekaterinburg, Sverdlovsk Region, 620002, Russian Federation
a.a.shageeva@urfu.ru
SPIN-code: 5812-9412
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8615-8508>*

Svetlana A. Ivanova, Candidate of Philology, Associate Professor,
Chair of Foreign Languages

*Ural Federal University Named after the First President of Russia
B.N. Yeltsin*

*19, Mira Str., Ekaterinburg, Sverdlovsk Region, 620002, Russian
Federation*

s.a.ivanova@urfu.ru

SPIN-code: 8528-0332

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5020-5758>

Researcher ID: T-6874-2018

Поступила 24.05.2022

После рецензирования 20.06.2022

Принята 03.07.2022

Received 24.05.2022

Revised 20.06.2022

Accepted 03.07.2022