

вод является достаточно специфическим видом переводческой деятельности. Более того, этот вид перевода некоторые исследователи, в частности Т. В. Черниговская, вообще считают психофизиологической аномалией. Поэтому неудивительно, что синхронный переводчик сталкивается с множеством трудностей.

Проанализировав имеющуюся литературу по рассматриваемой проблеме, мы можем выделить ряд факторов, значительно осложняющих осуществление синхронного перевода: одновременность и параллельность восприятия речи, дефицит времени, зависимость от темпа речи оратора, некачественное оборудование или его отсутствие, незнание некоторых терминов.

Отметим, однако, что в любом случае синхронист может если не преодолеть стресс, то хотя бы уменьшить его интенсивность. Для этого он должен быть всегда морально и профессионально подготовлен к тому, что выступающий будет говорить очень быстро и/или использовать жаргон, что произношение докладчика будет нечетким или нестандартным.

Поскольку переводческая деятельность характеризуется осуществлением операций в жестких временных рамках и в условиях постоянного переключения с языка на язык, переводчики вынуждены применять механизм вероятностного прогнозирования. Опираясь на догадку о цели высказывания, порядок следования тем, развитие мысли говорящего, переводчик имеет возможность переключать или варьировать интенсивность своего внимания, направляя главное усилие попеременно то на слушание, то на понимание, то на подбор оптимального перевода (П. Палажченко). Однако подчас такое прогнозирование может завести переводчика в тупик, из которого уже не будет выхода.

Говоря о механизмах, позволяющих осуществить адекватный синхронный перевод, следует вспомнить механизм «автоматизма», который заключается в высокой степени точности воспроизведения стандартных формул, словосочетаний, терминов на язык перевода. Овладение основными навыками и механизмами устного перевода является необходимым минимумом в профессии устного переводчика. Кроме отличного владения двумя языками, человек, пожелавший связать свою жизнь с переводом, должен обладать широким кругозором и эрудицией.

## **П. Петрухин**

### **СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПСЕВДОИНТЕРНАЦИОНАЛЬНЫХ СЛОВ В РАССКАЗЕ П. Г. ВУДХАУСА «КОМАНДУЕТ ПАРАДОМ ДЖИВС»**

Интернациональные слова – лексические единицы, которые встречаются в разных языках, но имеют один язык-источник (*microfilm, computer, genetic code, bionics, antenna*). Во всех языках, где они существуют, они имеют одно и то же значение, т.е. интернациональны по значению. Наряду с большим сходством форм интернациональных слов в разных языках, в каждом обнаруживаются особенности их фонетической и морфологической формы, обусловленные национальной спецификой данного языка.

Обратим внимание на перевод псевдоинтернациональных слов, т.е. схожих по форме в разных языках, но не совпадающих по значению. В процессе взаимодействия языков и культур такие слова либо попадают из одного языка в другой, либо заимствуются двумя языками из какого-либо третьего. Их значения могут не совпадать полностью либо частично. Такие пары слов встречаются и в русском и английском языках.

В рассказе P.J. Wodehouse «Jeeves takes charge» нами было выделено 66 слов, схожих по форме в русском и английском языках. Из них 78,78 % (52 слова) – существительные, 12,12 % (8 слов) – прилагательные, 4,54 % (3 слова) – глаголы и 4,54 % (3 слова) – наречия. Анализ объема значений выделенных слов показал, что 33 из них (50 %) являются интернациональными – они не только схожи по форме, но и совпадают по значению.

Достаточно большая доля интернациональных слов объясняется, во-первых, использованием слов греческого и латинского происхождения, например, *doctor/доктор*, *intellect/интеллект*, *scandal/скандал*, *energy энергия* и другие. 33 выделенных слова из текста рассказа (50 %) относятся к псевдоинтернациональным: их значения в русском и английском языках частично либо полностью не совпадают. 20 псевдоинтернациональных слов (30,30 %) не совпадают по значению частично, например, *club* и *клуб* совпадают в значениях ‘закрытое общество’ и ‘увеселительное заведение’, но в английском языке *club* также обозначает клюшку – спортивный инвентарь для различных игр. К этой же категории относится пара *party/партия*: слова имеют общие значения ‘политическое объединение’, ‘группа товаров одного вида’, но английское слово имеет иные значения, которые отсутствуют в русском языке, например, ‘группа’, ‘вечеринка’.

Таким образом, при переводе нужно уделять особое внимание интернациональным словам и отличать их от псевдоинтернациональных слов, иначе смысл исходного текста может быть искажен или и вовсе переиначен.

## Е. Платонова

### СПЕЦИФИКА НОМИНАЦИИ БРЕНДА И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ПЕРЕВОДА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Бренд – это название для совокупности представлений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя, отличающее его от наименований других производителей. Он должен обладать такими характеристиками, как приметное название и логотип, общеизвестность, общедоступность, престижность, гарантированное качество товара или услуги, наличие определенного количества постоянных покупателей и широкая распространенность данной торговой марки.

Главной составляющей бренда является его имя, так как наименование, в первую очередь знакомит покупателя с товаром, фирмой или услугой. Например, название бренда банковских карт *Visa* вызывает ассоциации, связанные с открытием новых путей и возможностей, что подсознательно создает положительный образ компании у клиента.