

*всем мире* (Тиджани Мухаммад-Банде). В данном высказывании используется выражение *to join efforts* в качестве призыва к действию, а также перечисление проблем, с которыми столкнулось человечество (*violent conflicts, terrorism, natural disasters, drug trafficking, illiteracy*).

Показательным является комментарий Моны Юль, сотрудника норвежского Министерства иностранных дел: *“We need joint UN efforts to assist developing countries in their recovery and in building more resilient health systems”*. – *“Нам нужно в ООН приложить совместные усилия для оказания помощи развивающимся странам в их восстановлении и создании более устойчивых систем здравоохранения”*. Данный комментарий касается борьбы с COVID-19. В нем также прослеживается равнодушие выступающего к этому вопросу.

Таким образом, в речи политиков зачастую используются слова и выражения, которые несут в себе призыв к единению в условиях проблем, с которыми сталкивается мировое сообщество. Богатство лексических единиц, репрезентирующих данную семантику, позволяет искусному автору (оратору) завоевывать и удерживать внимание аудитории, заражать ее своими эмоциями и чувствами, добиваясь основной цели своей статьи (речи).

## **Д. Воропай**

### **ВВОДНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В ПЕРЕВОДНЫХ ТЕКСТАХ**

В процессе перевода текстов с русского языка на английский и наоборот определенные трудности может представлять перевод вводных конструкций ввиду их семантического и прагматического разнообразия, а также по причине типологических различий данных языков. Наши наблюдения над переводом на английский язык произведения «Время секунд хэнд» С. Алексиевич показывают, что переводчики, как правило, стараются максимально сохранить в переводном тексте авторские вводные элементы и, по возможности, точно передавать их значения и ту субъективную модальность, которую привносит данная вводная конструкция (слово) в оригинальный текст.

Вводные слова и предложения обычно даются в скобках, выделяются тире или запятыми. Включенные в другое предложение, они грамматически с ним не связаны и могут быть изъяты без нарушения грамматической цельности этого предложения. В основном, вводные конструкции выполняют функцию оговорки, несут в себе дополнительную информацию или уточнение, могут служить пояснением, иллюстрацией к сказанному. Однако такие слова, являясь вводными, в какой-то степени нарушают логический ход мысли в предложении, в которое они включены, и разрывают его. Данный разрыв в структуре английского предложения является более свободным, по сравнению с русским языком, что расширяет возможности трансформации русского предложения при переводе его на английский язык. Например, в ряде случаев наблюдается перемещение вводного элемента в позицию,

отличную от занимаемой им в оригинале: *Меня, как сейчас помню, вывезли в детдом номер восемь поселка номер пять. – As I now recall, they took me to orphanage number eight in village number five.*

Поскольку в английском языке порядок слов фиксирован, вводные элементы, не связанные грамматически с основным составом включающего предложения, могут быть достаточно подвижными. Поэтому переводчик может выстроить структуру предложения таким образом, что вводный элемент окажется там же, где он находится в оригинале: *Я, например, читала лекции и капиталистов клеймила, негров в Америке защищала. – I, for instance, gave lectures in which I denounced the capitalists and defended blacks in America.*

Таким образом, можно сделать вывод, что самый успешный подход к переводу вводных конструкций – это их неизменное сохранение, так как они позволяют переводчику передать коммуникативную направленность высказывания, а также эмоциональный настрой автора текста. Основными сложностями при переводе вводных слов и конструкций являются, на наш взгляд, выбор наиболее точного эквивалента, который не только впишется в контекст перевода, но и позволит сохранить коммуникативную задачу, вложенную автором в данную конструкцию, а также определение оптимального месторасположения вводных конструкций в предложении.

**М. Гаенкова**

#### ПРИЕМЫ И МЕТОДЫ СОЗДАНИЯ ОБРАЗНОСТИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

На сегодняшний день рекламные тексты являются одной из самых распространенных форм существования языка, поскольку реклама присутствует во всех видах СМИ: в прессе, на телевидении, на радио, в Интернете. Ключевым фактором достижения эффективности англоязычной рекламы является правильный подбор языковых средств при переводе текста на язык потребителя. Целью исследования по указанной теме является определение основных принципов перевода англоязычных рекламных текстов и анализ приемов и методов создания выразительности и образности в русскоязычных переводных текстах.

Рекламный текст – это обращенное к основной аудитории сообщение, созданное для продвижения предложений, услуг, товаров. В работе было выявлено, что данный вид текстов имеет свои стилевые принципы, основные структурные компоненты, классификацию и что при их переводе часто используются переводческие трансформации, тропы и другие приемы создания образности и выразительности. От определения классификации рекламного текста зависит то, как рекламное сообщение будет переведено на русский язык и, следовательно, как оно будет воспринято аудиторией.

Средства выразительности используются переводчиками для обеспечения адекватного перевода и формирования более эффектного и запоминающегося образа рекламного текста. В ходе исследования было установлено,