

- однозначность в плане смысловой нагрузки. Каждый термин должен иметь строгое определение, важно избегать многозначности слов.

Symptomatic может означать не только ‘симптоматический’, но и ‘с клиническими проявлениями’, например: *symptomatic hypertension* ‘артериальная гипертензия с клиническими проявлениями’, а не ‘симптоматическая артериальная гипертензия’, однако *symptomatic therapy* ‘симптоматическая терапия’.

Для того чтобы качество перевода было безупречным, переводчик обязан пройти подготовку, т.е. изучить основные сведения по теме перевода и специализированную медицинскую терминологию. К примеру, переводя анализы, историю болезни и назначения врачей, ему придется иметь дело с большим количеством разнообразных сокращений, при этом пропуск или неправильная трактовка слов недопустимы. Переводя инструкции к мед-технике, нужно разбираться не только в медицине, но и знать основы технического перевода.

Д. Колесникович

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА PR-ТЕКСТОВ КОМПАНИЙ

В результате глобальных изменений во всех сферах современной жизни наблюдается образование новой коммуникативной среды, новых форм получения, обработки и обмена информацией. Как социальная деятельность особого рода, связь с общественностью (*Public Relations*) является одним из наиболее ярких примеров современных публичных коммуникаций. Подготовка текстовых материалов с целью создания и поддержания имиджа компании для целевой группы населения и для средств массовой информации является одной из основных форм PR-деятельности компаний.

С лингвистической точки зрения PR-текст понимается как форма организации текстового материала, характеризующаяся общностью содержательных, структурно-композиционных и стилистических признаков, и реализующая манипулятивную функцию. Многообразие разновидностей данных текстов и особенности задач, выполняемых ими, обуславливают особенности их перевода.

В процессе перевода PR-текстов с английского языка на русский с целью сохранения прагматической установки исходного текста, как правило, применяются грамматические (морфологические и синтаксические) и лексические трансформации. Наиболее часто используются замены форм слов, частей речи, членов предложения, типов предложений, реже используются членение и объединение предложений.

Приведем пример морфологической трансформации, при которой происходит замена единственного числа существительного на множественное, что позволило сохранить в переводе лексическую единицу оригинала, необходимую для создания положительного имиджа компании, и не нарушить при этом норм языка перевода: *We measure our success not only in our business*

achievements, but also by how well we serve our community, protect our planet's resources, and make a difference in people's lives. – Компания измеряет свои успехи не только достижениями в бизнесе, но и результатами служения обществу, заботой о сохранении ресурсов планеты и изменениями, которые вносятся в жизнь людей.

В целях достижения адекватного перевода и сохранения прагматического эффекта часто используются такие лексические трансформации, как конкретизация, генерализация и модуляция (смысловое развитие). Как свидетельствуют результаты проведенного исследования, наиболее частотной из них при переводе с английского языка на русский является конкретизация, т.е. подбор для единицы перевода с более широким значением эквивалента с более узким значением.

И. Комлев

СКРЫТОЕ АССИСТИРОВАНИЕ КАК СТРАТЕГИЯ ПОБУЖДЕНИЯ К ДЕЙСТВИЮ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ: РЕАЛИЗАЦИЯ И ПЕРЕВОД

Презентационный текст на интернет-сайте организации часто ставит своей целью не только предоставить пользователю информацию о своей деятельности, но также и привлечь потенциального клиента. То же справедливо и для сайтов учебных учреждений, задача которых привлечь абитуриентов и помочь им сделать выбор. Одним из средств достижения такой цели в презентационном тексте является стратегия, которую можно назвать *скрытым ассистированием*. Стратегия проявляется в ненавязчивом побуждении к действию и в текстах интернет-сайтов учебных учреждений англоязычных стран реализуется в форме побудительных предложений. Например: *Discover how we're making an impact by exploring some of our research projects and breakthroughs. – Узнайте о нашем вкладе – посмотрите на некоторые из наших научно-исследовательских проектов и достижений.*

Подобная форма изложения является предпочтительной, когда учреждение образования желает рассказать абитуриенту о некоторых моментах, которые должны быть учтены перед подачей документов в университет. В этой ситуации формы повелительного наклонения конкретизируют определенную последовательность шагов и предоставляют точную информацию на ту или иную тему: *Create or log in to your UBC account to begin preparing your online application. – Создайте или войдите в свою учетную запись УБК, чтобы начать подготовку онлайн-заявки. To apply for a full-time undergraduate programme at Imperial College London you must make an online application via the Universities and Colleges Admissions Service – UCAS. – Чтобы подать заявление на очную форму обучения в Имперский колледж Лондона, вам необходимо заполнить онлайн-заявку через Национальную службу приема в университеты и колледжи – UCAS.*