

б) вызван различиями в исходном и переводящем языках (различиями в способах выражения того или иного действия, различиями в структуре антонимов и др.).

– Выберите из двух вариантов перевода наиболее адекватный, на Ваш взгляд, и объясните свой выбор. Найдите антонимические замены, применяемые при переводе.

– Переведите на русский язык, используя для передачи выделенных слов и выражений антонимический перевод. Дайте неантонимический перевод этих же фраз. Сопоставьте оба перевода и выберите наиболее адекватный.

– Сравните оригинал и перевод и определите вид антонимического перевода (собственно антонимический, псевдоантонимический). Отметьте предложения, в которых антонимическая замена сопровождается другими переводческими трансформациями (транспозицией, конверсией).

<http://edoc.bseu.by>

РОЛЬ ПЕРЕВОДА В БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

В.С. Слепович

БГЭУ, Минск

В эпоху глобализации экономической жизни и распространения английского языка на большинство сфер делового общения перевод с английского и на английский в процессе бизнес-коммуникации не только не утрачивает своей роли, но фактически приобретает “второе дыхание”.

В данном докладе рассматриваются следующие вопросы переводческой практики:

- актуальные проблемы практики письменного и устного перевода;
- место перевода в процессе бизнес-коммуникации;
- роль устного переводчика в процессе бизнес-коммуникации;
- некоторые новые акценты в практике преподавания перевода как разновидности и средству бизнес-коммуникации.

1. К числу наиболее актуальных проблем практики перевода, как представляется, относятся следующие:

а) осознание перевода как процесса межъязыковой коммуникации с присущими ему составными частями: источник, сообщение, канал, рецептор, обратная связь, а также учет необходимости кодирования и декодирования сообщения;

б) учет классификации видов перевода:

письменный:

полный (дословный, адекватный, художественный)

реферативный

аннотационный;

устный:

последовательный

синхронный

в) выбор стратегии переводчика в зависимости от ориентации на исходный текст (оригинал), при которой перевод заключается в наиболее полном воспроизведении исходного текста; на текст перевода, когда переводчику представляется больше свободы по отношению к тексту оригинала; на рецептора перевода, когда переводчик ставит во главу угла коммуникативный эффект текста оригинала или желает добиться воздействия на рецептора перевода — отдельного человека, группу людей или “усредненного” рецептора как типичного представителя определенной культуры;

г) “тупиковые” ситуации при письменном переводе (“слова знаю, а перевести не могу”);

д) нарушение языковой нормы при переводе (калькирование слов, словосочетаний и грамматических конструкций);

е) отношение к языку как к живому организму, который находится в постоянном развитии; отсюда — проблема неологизмов, “ложных друзей” переводчика, передачи имен собственных, региональных вариантов английского языка.

2. Место перевода как вида и средства бизнес-коммуникации определяется расширением контактов и деловых связей с партнерами по бизнесу, международными финансовыми организациями и т.д. В связи с этим возрастает роль как письменного, так и устного перевода в области банковского дела, финансов, отдельных отраслей экономики.

С точки зрения психологии общения, письменная бизнес-коммуникация (и соответственно, перевод как ее разновидность) представляет собой более простую форму, поскольку не требует одновременного учета говорения и слушания, а также быстрой перестройки в процессе делового общения. Учитывая данное обстоятельство,

вслед за освоением основ письменного перевода необходимо уделять особое внимание устному переводу как специфической разновидности делового и профессионального общения.

3. Устный переводчик (*conference interpreter*) — как последовательный (*consecutive*), так и синхронный (*simultaneous*) — выступает в роли медиатора на переговорах и деловых встречах, и именно переводчик является тем каналом в процессе бизнес-коммуникации, посредством которого сообщение от источника доходит до рецептора. Энергетические затраты устного переводчика-синхрониста, по мнению специалистов, сравнимы с затратами шахтера, работающего под землей в шахте.

Марианна Ледерер, которая исследовала различные процессы синхронного перевода, выделяет 8 операций, протекающих у переводчика в мозгу (параллельно или в разных сочетаниях): восприятие на слух устной речи (аудирование); понимание услышанного; интегрирование понятых смысловых единиц с предыдущим значением, извлеченным из оригинала; формирование высказывания на языке перевода на основе когнитивной памяти; восстановление элементов высказывания на основе исходного языка с помощью автоматического использования прямых соответствий; поиск слов для выражения понятого высказывания; слуховой контроль за собственной речью; осознание окружающей обстановки. Основная мысль, которую подчеркивает М.Ледерер, состоит в том, что переводчик оперирует не словами, а смыслом текста, который возникает именно в процессе речи и не известен заранее. Таким образом, устному переводчику необходимо понять и передать именно *общий смысл высказывания*. При этом переводчику мало самому понять смысл оригинала. Ему необходимо обеспечить понятность перевода.

4. В свете трактовки перевода как разновидности и средства бизнес-коммуникации и роли устного переводчика как *медиатора* в данном процессе и *публичного оратора* возникают некоторые новые и, возможно, необычные для некоторых преподавателей акценты при подготовке к занятиям по устному переводу. Они включают в себя обучение:

а) риторике и устному академическому выступлению, в результате которого у студентов формируются навыки владения функциональными стилями речи и бизнес-дискурсом, необходимые для эффективной бизнес-коммуникации;

б) умению делать пометки в процессе последовательного перевода с использованием символов, сокращений, аббревиатур и акронимов;

в) использованию современного экономического, финансового, банковского, делового и др. жаргона;

г) переводу слов и терминов исходя из контекста: *республиканский (-ая)* (например, о Республике Беларусь, а не о названии партии) — *national*, а не *republican*; *направления (развития)* — *trends*, а не *directions* или *guidelines*; *трудоемкий* — *labour-consuming*, однако *энергоемкий* — *energy-intensive* и *научоемкий* — *science-intensive*.

д) употреблению слов, а также фразеологических сочетаний и даже грамматических конструкций *не из словаря, а исходя из частотности их использования в языке*. Например: *события* в словаре *events*, но чаще используется *developments*. Аналогично: *последствия* — *consequences*, однако в политической и деловой риторике чаще встречаются *implications, repercussions*; идиоматическое выражение *нет худа без добра* вместо *every cloud has a silver lining* вполне можно перевести как *a blessing in disguise*; предложение *Он был наиболее приемлемым кандидатом* на английском языке будет звучать лучше, если использовать часто используемый антонимический перевод: *He was the least unacceptable candidate*.

е) этике переводчика.

Все вышесказанное с необходимостью заставляет весьма серьезно относиться к переводу, который является и разновидностью, и средством процесса бизнес-коммуникации.

<http://edoc.bseu.by>

АБ АСАБЛІВАСЦЯХ ВУЧЭБНАГА ПЕРАКЛАДУ ТЭКСТАЎ НАВУКОВАГА СТЫЛЮ МЕДЫЦЫНСКАЙ ТЭМАТЫКІ

А.А. Шарапа, Н.В. Ратынская

БДМУ, Мінск

Галоўнай задачай вышэйшай школы з'яўляецца падрыхтоўка высокакваліфікаваных спецыялістаў розных галін навукі. Для фарміравання гарманічна развітай асобы патрэбны таксама высокая культура, высокая маральныя прынцыпы і шырокі спектр агульнаадукацыйных ведаў.

Усе гэтыя праблемы паспяхова вырашаюцца праз сістэму гуманітарызацыі медыцынскай адукацыі. Таму ў навучальных планах побач са спецыяльнымі дысцыплінамі стаіць і родная мова, бо менавіта адносіны да ду-