

Установлено, что наиболее частотным компарантом в сравнениях П. Г. Вудхауса являются действия (63 % от общего числа проанализированных примеров), второй и третий по частотности компаранты – чувства и человек либо части его тела (12 % и 9 % соответственно). В 6 % сравнений компарантом является звук, доля прочих семантических групп составляет 1–2 %.

В качестве компаранта писатель выбирает действия, а не объекты, что, по нашему мнению, отражает особенности личности, образа жизни и мировосприятия главного героя Бертрама Вустера – жизнерадостного, энергичного и активного человека с холерическим темпераментом: для него характерно скорее не созерцание объектов в статике и размышления о них, а постоянная динамика, движение. Так, одна из героинь цикла рассказов о Вустере, Мадлен Бассет, называет Бертрама человеком действия – *a man of action*. Именно по причине своей кипучей активности Вустер всегда находится в водовороте событий, которые и служат сюжетной основой рассказов П. Г. Вудхауса.

А. Кисилёва

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К МЕДИЦИНСКОМУ ПЕРЕВОДУ

Письменный медицинский перевод – это передача специализированных медицинских публикаций и текстов частного характера, содержание которых непосредственно связано с той или иной областью медицины, с одного языка на другой.

Как правило, специалист выполняет следующие задания:

- перевод медицинских справок с русского языка на английский или в обратном направлении. В большинстве случаев такие документы необходимы для или после прохождения курса лечения или обследования в зарубежных странах, а перевод зачастую выполняется при взаимодействии с коллегами из иных государств;
- перевод статей на медицинскую тематику (в ходе конференций, совместных практических занятий, консультаций в Интернете и т.д.);
- перевод инструкций к лекарственным средствам и медицинской технике, приобретенной или произведенной за рубежом;
- перевод учебных материалов.

С учетом вышеназванных обрабатываемых текстов к медицинскому переводу сегодня предъявляют следующие требования:

- максимальная точность. Объем и содержание текста должны на сто процентов отвечать исходным материалам.

The active ingredient of Nurofen is ibuprofen, a derivative of phenylpropionic acid ‘Действующее вещество Нурофена – ибупрофен, производное фенилпропионовой кислоты’;

- соответствие. Смысл переведенной терминологии не должен вступать в противоречие с современными достижениями и технологиями.

potent pathogen (о бактерии) – не «потенциальный», а ‘мощный патоген’, то есть просто ‘патоген’ (в противоположность условному);

- 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*