

полной мере, хотя в исследуемом периоде есть моменты, когда ставка поддерживается на одном уровне определенное время, что говорит о гибком характере денежно-кредитной политики. Но такая политика не позволяла выполнить контрольные цифры, определяемые правительством по инфляции. Поэтому в текущий период больше внимания следует уделить антиинфляционной составляющей, необходимо стремиться к контролю над денежной массой, как и советуют зарубежные экономисты, так как это будет положительно сказываться на нашей экономике в долгосрочной перспективе.

Литература

1. *Аганова, Т.А., Серегина С.Ф.* Макроэкономика : учебник / под общей ред. д.э.н, проф. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – 6-е изд., стереотип. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2004. – 448 с. – («Учебники МГУ им. М.В. Ломоносова»)
2. Денежно-кредитная и финансовая статистика // Национальный Банк Республики Беларусь // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/MonetaryStat/BroadMoney/> – Дата доступа: 16.02.2015.
3. *Зарецкий А.* Исследовательский центр ИПМ. Как усовершенствовать монетарную политику в Беларуси? // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.research.by/webroot/delivery/files/dp2014r02.pdf – Дата доступа: 14.03.2015.

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТОВ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

К. И. Носкевич

Любое речевое сообщение содержит три обязательных компонента: тему, ситуацию в которой реализуется это сообщение и участников данного речевого акта, в различной степени обладающими лингвистическими и экстралингвистическими знаниями. Как известно, что объем знаний у различных наций различен, поэтому велика вероятность, что описываемое явление в языке оригинала будет непонятно носителю языка перевода, что вынуждает переводчика донести смысл явления до рецептора в доступной для понимания форме. В лингвистической литературе данный момент называется прагматическим аспектом перевода [1, с. 144].

Для достижения подобного эффекта перед началом работы переводчик должен осуществить анализ факторов, позволяющих достичь желаемого воздействия на получателя переводного текста, а именно определить намерение автора, которое он заложил в свой текст, и выявить прагматическое воздействие, оказываемое оригиналом на рецептора текста.

Как известно, задачей текстов газетно-публицистического стиля является донесение информации с определенной точки зрения и достижение определенной реакции аудитории. Кроме того, в газетной публицистике тексты направлены на взаимодействие с самыми широкими слоями неспециалистов, то есть рецептором являются широкие массы населения. Следовательно, переводчик должен добиться максимальной доступности текста, сохранив при этом коммуникативное воздействие оригинала, что обуславливает необходимость прагматической адаптации.

По мнению В. Н. Комиссарова, прагматическая адаптация представляет собой изменения, вносимые в текст перевода с целью добиться необходимой реакции со стороны рецептора перевода. Данная многоуровневая аналитическая операция, производимая переводчиком, приводит к тому, чтобы ПТ оказал такое же прагматическое воздействие на своего рецептора, какое оказал ИТ на своего получателя [1, с. 156].

А. Нойберт пишет об этом следующее: «Обязанность переводчика предпринимать такие изменения, чтобы получился текст Б, который ориентирует получателя руководства об эксплуатации машины, говорящего на (ПЯ) так же, как текст А говорящего на (ИЯ). В результате, будут пропуски, дополнения, перестановки, перенесение акцентов и т. д., которые если их дословно перевести обратно, могут показаться говорящему на (ИЯ) коверканием, искажением, недопустимым добавлением, многословием, пропусками, изменением привычной классификации» [2, с. 195].

Одним из способов прагматической адаптации является внесение в текст перевода дополнительной информации, то есть добавление [1, с. 160]. В англоязычных газетных текстах распространены имена и названия, которые, однако, могут быть непонятны русскоязычным читателям ввиду отсутствия у них необходимых экстралингвистических знаний, которые переводчик вынужден дополнять, внося уточняющую информацию. В частности, это касается имен собственных, географических названий, названий учреждений, фирм, печатных органов и т.п. К примеру: при переводе на русский язык географических названий типа американского Nebraska, канадского Manitoba или английского Surrey и пр., как правило, добавляются слова штат, провинция, графство, указывающие на то, что обозначают эти наименования, чтобы сделать их понятными для русскоязычного читателя: «штат Небраска», «провинция Манитоба», «графство Сюррей» и т.п. [1, с. 171].

Прагматическая адаптация посредством добавления информации также является распространенным способом передачи культурно-бытовых реалий. Ведь вполне естественно, что эти явления будут неизвестны носителям языка перевода, и без должной обработки текста

переводчиком рецепторы перевода не воспримут текст адекватно. Например: *From the moon to the Mediterranean to the heart of Moscow.* – Начиная с лунной программы и военных учений в Средиземном море и заканчивая Парадом Победы в Москве [3].

При работе с общественно-политическими текстами переводчику необходимо знать и другие способы передачи реалий. В. Н. Виноградов и А. В. Федоров предлагают разнообразные приемы перевода слов-реалий. Некоторые реалии передаются на русский язык с помощью транскрипции: *Wall Street* – «Уолл Стрит», *Whitehall* – «Уайт-Холл». При переводе реалий нередко применяется калькирование (*White House* – «Белый дом») и транслитерация (*Westminster* – «Вестминстер») [4, с. 55; 5, с. 134].

Существуют реалии, требующие описательного перевода: *An elevated level of THC was found in his blood, from marijuana, plus he was in possession of the ingredients of his other favorite intoxicant – «purple drank» or «lean» – to which he referred in numerous Facebook postings.* – У него в крови было обнаружено повышенное содержание тетрагидроканнабинола от марихуаны, плюс к этому у него были ингредиенты другой любимой опьяняющей смеси под названием «перпл drank», куда входит микстура от кашля и напиток *Mountain Dew*. Он часто упоминал о ней в своих многочисленных записях в Facebook [3].

В целях сокращения количества неизвестных читателю элементов переводчик зачастую прибегает к опущению маловажных деталей, сложных для восприятия читателем. Часто опущению подвергаются непонятные названия фирм и учреждений [6, с. 88]. К примеру: *Brown was affiliated with the Bloods gang.* – Браун был связан с уличными бандами [3].

Иногда при работе с англоязычными газетными текстами слово с общим значением заменяется при переводе словом с более конкретным значением, то есть происходит конкретизация значения слова [1, с. 164].

From the moon to the Mediterranean to the heart of Moscow, China and Russia in recent days have announced a striking number of moves to strengthen military, financial and political ties. – Начиная с лунной программы и военных учений в Средиземном море и заканчивая Парадом Победы в Москве, Китай и Россия за последние несколько дней объявили о целом ряде мер, направленных на развитие военных, финансовых и политических связей [3].

В случае если информация в газетно-публицистическом тексте имеет узкое значение, которое может вызвать непонимание у русскоязычного читателя, переводчики прибегают к использованию генерализации, то есть замене частного значения более общим [1, с. 171]. Например: *Adversaries during the long Cold War, Beijing and Moscow have increasingly*

found common cause in challenging the U.S. and Western-dominated order in Europe and Asia. – Пекин и Москва, которые в период холодной войны были противниками, сегодня все чаще действуют сообща, бросая вызов мировому порядку во главе с США [3].

Следует отметить, что большая степень компрессии англоязычного языка относительно русского предполагает объединение нескольких мыслей в одном предложении, что несвойственно русскому языку, и требует применения членения [7, с. 174]. К примеру: *This, after Brown punched the officer in the face, grabbed at his gun, and caused two rounds to be fired as he struggled for the gun – while the officer sat in his patrol car.* – Это было уже после того, как Браун ударил сотрудника полиции по лицу и схватился за его пистолет, из-за чего во время борьбы за оружие произошло два выстрела. **Все это время полицейский сидел в патрульной машине** [3].

Как известно, в англоязычных газетно-публицистических материалах зачастую используется лексика пониженной тональности. Напротив, для русского языка характерна большая частотность высокопарных, поэтических слов и выражений [8, с. 164]. Прагматическая адаптация в данном случае происходит с использованием приемов эмфатизации (повышения эмоциональности) и нейтрализации, которые определяются, главным образом, такими социолингвистическими факторами, как расхождение в традициях эмоционально-оценочной информации и требуемое переводящей культурой выделение или, наоборот, приглушение данного слова в данном контексте [9, с. 197].

Пример эмфатизации: *And it is because there have been so few, and because the **drive-by media** and other Marxists obsess over these deaths and the resultant media-fueled violence, that we therefore have **memorized their names to heart*** – А поскольку их так мало, и поскольку **докужие СМИ** и прочие марксисты постоянно говорят об этих смертях и возникшем в результате насилии, мы **заучили** эти имена **наизусть** [3].

Пример нейтрализации: *Brown was **high on marijuana** at the time of his death.* – В момент гибели Браун был **под сильным воздействием марихуаны** [3].

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что переводчику не следует буквально переносить средства создания коммуникативного эффекта из оригинала в текст перевода, так как это может повлечь за собой искажение воздействия или смысла. Переводчик должен учитывать экстралингвистические факторы и следить за изменениями в сфере переводимого языка и языка оригинала, а также стремиться достичь оптимального сочетания прагматической, семантической и функционально-стилистической адекватности.

Литература

1. *Комиссаров В.Н.* Теория перевода. М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
2. *Нойберт А.* Прагматические аспекты перевода.// Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике: Сб. статей. М.: Международные отношения, 1978. – 229 с.
3. InoSmi [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://inosmi.ru/>.
4. *Виноградов В.С.* Лексические вопросы перевода художественной прозы. М.: Издательство Московского университета, 1978. – 172 с.
5. *Федоров А.В.* Основы общей теории перевода. М.: Высшая школа, 1983. – 303 с.
6. *Левицкая Т.Р., Фитерман А.М.* Пособие по переводу с английского языка на русский. М.: Высшая школа, 1973. – 136 с.
7. *Бреус Е.В.* Теория и практика перевода с английского языка на русский. М.: УРАО, 2001. – 208 с.
8. *Швейцер А.Д.* Теория перевода (статус, проблемы, аспекты). М.: Наука, 1988. – 216 с.
9. *Казакова Т.А.* Практические основы перевода. СПб.: Союз, 2001. – 320 с.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ЗАО «БСБ БАНК»

О. А. Павлють

Современный этап развития рыночных отношений обуславливает необходимость учёта бизнесом ряда факторов, выходящих за пределы классической экономической теории. Актуальность такого учета заключается в необходимости построения рациональных взаимоотношений со всеми участниками бизнес-процессов. В таких макроэкономических условиях возникает проблема эффективности корпоративной социальной ответственности (КСО), практикой которой, на сегодняшний день, руководствуется все большее количество белорусских компаний.

В числе таких белорусских компаний анализируемое ЗАО «БСБ Банк». В данном исследовании оценка эффективности КСО Общества проводилась на базе сопоставления двух методик: оценки уровня социального развития предприятия: Социальный паспорт [1, с. 130–137] и оценки эффективности КСО на основе объединения количественных и качественных аспектов деятельности [2, с. 23–26]. Между вышеуказанными методиками в ходе исследования была установлена связь и методика оценки эффективности КСО на основе объединения количественных и качественных аспектов была расширена за счет заимствования некоторых расчетных показателей из методики «Социальный паспорт». В свою очередь, методику «Социальный паспорт» в рамках исследования было решено сократить в силу следующих обстоятельств: отсутствие в отчетности и (или) не свойственность для организаций сферы услуг некоторых показателей. За основу объединения методик была взята