

компенсируются с помощью различных переводческих приемов и лексико-грамматических трансформаций. В данном исследовании при переводе инфинитивов и инфинитивных конструкций превалирует прием синтаксического варьирования.

Литература

1. Романова, С. П. Пособие по переводу с английского на русский / С. П. Романова, А. Л. Коралова. — КДУ, 3-е изд. — М. : 2007. — 176 с.
2. Соколова, Л. А. Грамматические трудности перевода с английского языка на русский : учеб. пособие / Л. А. Соколова, Е. П. Трофимова, Н. А. Калевич. — М., Высшая школа, 2008. — 204 с.
3. Зражевская, Т. А. Трудности перевода с английского на русский язык (на материале газетных статей) / Т. А. Зражевская. — М. : Междунар. отношения, 1972. — 135 с.
4. Тиванова, Г. С. Особенности перевода инфинитива и инфинитивных оборотов с английского на русский язык (на материале романа Дж. Голсуорси «Сдается внаем») / Г. С. Тиванова, Е. В. Кирова // Сборник работ 69-й научной конференции студентов и аспирантов Белорусского государственного университета (14–17 мая 2012 г., Минск). В 3 ч. Ч. 2. — Минск, 2013. — С. 33–36.

Особенности и трудности перевода текстов различных функциональных стилей

Коткова Д. И., магистр фил. наук, ст. преп.

Текст туристической направленности — это текст, который представляет собой многообразное стилевое явление.

Переводчик, который специализируется на переводах текстов туристической направленности, должен хорошо знать и понимать структурно-композиционные и лингвистические особенности текстов разных стилей. Такими стилями являются официально-деловой, научный и публицистический.

Публицистический стиль представлен буклетами, брошюрами, а также рекламными материалами туристических сайтов. Именно благодаря текстам данного типа потребитель знакомится с представляемым туристическим продуктом. Главная цель рекламодателя — привлечь внимание потенциального клиента и заинтересовать его. В связи с этим переводчик должен полностью понять посыл и смысл текста рекламы и сохранить его воздействующую функцию. Ключевым компонентом стратегии маркетинга в туризме является именно реклама.

При переводе рекламных текстов туристической направленности переводчик также должен учитывать неличный характер рекламы. Особая ответственность

специалиста состоит еще и в том, что из рекламы человек получает необходимую ему информацию о туристическом объекте, поэтому она должна быть максимально правдивой, точной и достоверной.

Что касается текстов научного стиля, то сюда входят инструкции по технике безопасности, справки о состоянии здоровья, результаты химического анализа и т.д. Для работы с текстами данного стиля переводчику необходимо владеть не только общеупотребительной, но и специальной терминологией.

К официально-деловому стилю относятся анкеты, бланки, должностные инструкции для персонала, договоры и соглашения. Такие документы требуют особой точности перевода, так как в них содержатся адреса, основные условия договора, цена и сроки действия и т.д. В текстах официально-делового стиля нет места неоднозначности, потому как тогда теряется основной смысл данных документов — юридическая нормативность. Для успешного перевода таких текстов переводчику необходимо владеть архаичными языковыми элементами и клише, знать структуру документа, а также предпочтительные грамматические конструкции в текстах документов.

Главным преимуществом переводчика текстов туристической направленности будет опыт работы в области туризма, потому как туристический бизнес требует знания специфики размещения, транспортировки, питания туристов. Знание тематической лексики — очень важно для хорошего перевода. К примеру, в туристических текстах экологической направленности может быть использовано множество слов, которые описывают ландшафт, флору и фауну.

Еще одним аспектом в работе переводчика туристических текстов является межкультурный аспект перевода. Необходимо обладать эрудицией и способностью передать безэквивалентную лексику.

«Основные проблемы, возникающие при переводе текстов туристической направленности:

1. Адекватная и точная передача информации. Для качественного перевода специалисту необходимо владеть знаниями о менталитете и традициях определенного народа, а также знать специфику языка оригинала.

2. Сохранение в тексте перевода эмоциональной окраски. В большинстве туристических текстов рекламируется турагенство или турпоездка, что говорит о рекламной составляющей текстов сферы туризма. Поэтому переводчику следует переводить подобные тексты так, чтобы в конечном итоге вызвать интерес у потребителя, а не оттолкнуть его чрезмерным восхвалением турпродукта» [1].

Переводчик также может столкнуться с такой проблемой, как явления и выражения, которые характерны только для определенной страны.

В текстах, которые встречаются в различных туристических брошюрах, путеводителях и интернет-сайтах, содержится много важной информации,

которую необходимо перевести точно. Так, чтобы у туристов не возникло проблем найти верное направление маршрута. Что касается рекламного аспекта туристических текстов, то здесь правильным решением будет придерживаться так называемой «золотой середины». Как отмечалось ранее, тексты туристического содержания направлены на то, чтобы вызвать желание и интерес у потребителя. Однако рекламы не должно быть слишком много, она не должна бросаться в глаза. Чрезмерное восхваление не только отталкивает целевую аудиторию, но и может вызвать подозрение, незаинтересованность в предлагаемом турпродукте.

Литература

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/turizm/>. — Дата доступа: 28.10.2021.

Символика орнаментации традиционных арабских ковров

*Криворученко Д. В., студ. III к. БГУ
науч. рук. Шунейко Е. Ф., канд. искусств., доц.*

Аннотация: *актуальность работы заключается в выявлении символического значения орнаментации ковроткачества, которое играет очень важную роль в разных сферах жизни арабских стран. Цель работы — дать характеристику растительным, зооморфным, геометризированным мотивам, составляющих неисчерпаемый «золотой фонд» ковроткачества. Проведен необходимый анализ таких символических элементов, которые дают возможность прочесть скрытый смысл многих орнаментальных композиций. Все это позволяет сделать выводы о непреходящей ценности арабского ковроткачества и необходимости его современного комплексного исследования.*

Ключевые слова: *арабское ковроткачество, символика орнаментальных мотивов, растительные, зооморфные, декоративные элементы.*

Искусство арабо-мусульманского мира создается народами Ближнего, Среднего Востока и Запада (Магриба) с VII столетия на основе культурных традиций этого региона и принципов ислама. Одним из самых развитых видов декоративно-прикладного искусства арабских стран считается ковроткачество. В этом удивительно богатом и разнообразном искусстве отражается великая связь культур, традиций доисламского и исламского времени.