Заключение. История и культура оказывает огромное влияние на язык, формируя представления человека о мире. Китайская философия концептуализировала понятие вежливости в культуре, что послужило основой для возникновения большого количества лексем, отображающих эту сторону китайского мироощущения. На представленных выше примерах, мы видим, что для людей, занимающих более низкое социальное положение, основной стратегией самоназваний и обращений было самоуничижение, подчеркивающее иерархичность общества.

В процессе перевода художественного текста с китайского языка переводчик сталкивается с проблемой адекватной замены, которая ввиду разности культур зачастую невозможна.

Библиографические ссылки

1. Георгиевский С. М. Принципы жизни Китая. СПб, 1988. 494с.
2. Сабитова З. К. Лингвокультурология : учебник. М. : Флинта, 2013. 524 с.
3. У Бо. Речевой жанр благодарности в русском языке: дис. ... канд. филол. наук. Москва : МГУ, 2014. 178 л. Режим доступа: https://www.philol.msu.ru/~ref/2015/2015_U-Bo_diss_10.02.01_19.pdf (дата обращения: 26.09.2021).
4. 六月. 只缘感君一回顾, 2018. Режим доступа: <https://www.630shu.net/shu/136043.html> (дата обращения: 30.09.2021).

АТРИБУТИВНЫЕ СЛОВСОЧЕТАНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК

В. В. Сацута

Научный руководитель С. В. Воробьева, кандидат филологических наук, доцент

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

e-mail: vika.saczuta@list.ru

В статье рассматриваются особенности таких синтаксических структур современного английского языка, как атрибутивные словосочетания, а именно проводится анализ их структурно-семантических разновидностей и способов перевода с английского языка на русский язык.

Ключевые слова: экономический дискурс; словосочетание; субстантивный атрибут; адъективный атрибут; внутренняя предикация; перевод.

Введение. Экономические тексты любых стилей и жанров отображают реалии экономического мира и, следовательно, обладают рядом лексических и синтаксических особенностей, одной из них является широкое использование атрибутивных конструкций.

Атрибут (от лат. *attributum* ‘данное, приписанное’) – в языкознании, это то же, что и определение, то есть, зависимая синтаксическая позиция в составе субстантивного словосочетания [1]. Под атрибутивным словосочетанием можно понимать субстантивное словосочетание, характеризующиеся непредикативной связью, которое состоит из атрибута и субстанции.

Основная часть. В данной работе мы представим результаты анализа атрибутивных словосочетаний экономического дискурса английского языка и их перевод на русский язык. Данные словосочетания были отобраны методом сплошной выборки из двух статей экономического дискурса: «Deutschland AG’s enduring bet on Russia» (журнал «Экономист» (*The Economists*)) [2], «Is stagflation coming?» (журнал «Проджект Синдикейт» (*Project Syndicate*)) [3] и составили 143 единицы.

Существует множество классификаций атрибутивных словосочетаний различных авторов. Ж. А. Голикова выделяет два типа атрибутивных словосочетаний, основываясь на распространенности атрибутивной группы: двучленные (*factory committees*) и многочленные (*Bank Credit Regulation Committee*) [4, с. 118]. В нашем исследовании мы выявили, что двучленные атрибутивные словосочетания преобладают (72 %).

Также, в зависимости от части речи, представляющей атрибут, Ю. А. Пилявских в своей работе выделяет три основных типа атрибутивной группы: 1) словосочетания с адъективным атрибутом, в таких группах в роли определения служат прилагательные, числительные, причастия, а также и другие части речи выполняющие функции определения; 2) словосочетания с субстантивным атрибутом, а именно, в роли атрибута выступает существительное; 3) словосочетания, атрибутом которых выступают целые фразы или предложения, а именно словосочетания с внутренней предикацией [5, с. 126].

При более детальном анализе мы изучили структуры двучленных и многочленных словосочетаний независимо друг от друга. Для большей части двучленных словосочетаний характерен адъективный атрибут – 63 %, поскольку в роли адъективного атрибута могут выступать различные части речи, выполняющие непосредственно функции определения, например, *weak rouble, sinking prices, advanced economies*. Словосочетания с субстантивным атрибутом составили 36 %. Касательно данного типа можно отметить, что в роли такого атрибута может выступать не только просто существительное, но и существительное в притяжательном падеже, например, *inflation's return, Russia's consumers*. Атрибутивные словосочетания с внутренней предикацией не столь распространены (1 %).

Разновидности комбинаций компонентов многочленных словосочетаний достаточно широки. Одно словосочетание может включать комбинации адъективных и субстантивных атрибутов, а также их комбинации с компонентами с внутренней предикацией. В рассмотренных нами конструкциях преобладали комбинации адъективных и субстантивных атрибутов, например, *German-Russian business ties, Runaway price growth, annual German foreign direct investment*.

В процессе перевода переводчику необходимо использовать сразу нескольких трансформаций, поскольку более простые атрибутивные конструкции в основном требуют при переводе таких приемов, как опущения, синонимической замены и перестановками, а многокомпонентные сложные атрибутивные конструкции предполагают использование комплексных трансформаций.

Различные приемы перевода атрибутивных словосочетаний были представлены такими языковедами, как В. Г. Адмони, Ю. А. Пилявских. С учетом данных исследований нами были выявлены наиболее характерные способы перевода двучленных атрибутивных словосочетаний:

1) прилагательное + существительное (67 %), например, *alternative suppliers* – ‘альтернативные поставщики’, *lobby group* – ‘лоббистская группа’;

2) существительное в именительном падеже + существительное в родительном падеже (12,6 %), например, *economic re-opening* – ‘восстанов-

ление экономики’, *income inequality* – ‘неравенство доходов’, *inflation’s return* – ‘возврат инфляций’;

3) существительное (5,8 %), например, *goods worth* – ‘товарооборот’, *balance sheets* – ‘балансы’;

4) перевод атрибута группой слов или при помощи описательного перевода (5,8 %), например, *emerging economies* – ‘страны с формирующейся рыночной экономикой’;

5) причастие + существительное (4,9 %), например, *sinking prices* – падающие цены, *tensions rise* – растущая напряженность;

6) существительное + предлог + существительное (2,9 %), например, *labor costs* – затраты на рабочую силу, *eastward turn* – поворот на восток;

7) наречие + существительное (1 %), например, *several arguments* – несколько аргументов.

При переводе многочленных атрибутивных словосочетаний важной составляющей является определение связей между компонентами. Особые трудности при переводе представляют распространенные атрибутивные словосочетания, поскольку они характеризуются различными внутренними связями между компонентами словосочетания. Перевод нераспространенных атрибутивных компонентов в многочленных атрибутивных словосочетаниях зачастую осуществляется в порядке следования данных компонентов в английском словосочетании (*excessive fiscal stimulus* – ‘чрезмерные налогово-бюджетные стимулы’, *producers’ pricing power* – ‘ценообразование производителей’).

Заключение. Мы выявили, что атрибутивные словосочетания составляют немалую часть экономических текстов английского языка. Главной функцией атрибута при существительном является описание предмета, это обуславливает превалирование словосочетаний с адъективным атрибутом. Классификации атрибутивных словосочетаний обширны, они строятся на основе количества и видов атрибутов при существительном, а также на распространенности атрибутивной группы.

Для качественного осуществления перевода атрибутивных словосочетаний необходимо учитывать существование определенных законо-

мерностей. На основе норм переводящего языка, предусматривается использование ряда лексических и грамматических трансформаций.

Библиографические ссылки

1. Месяц С. В. Атрибут [Электронный ресурс] // Большая российская энциклопедия : [в 35 т.] / гл. ред. Ю. С. Осипов. М. : БРЭ, 2005–2019. Режим доступа: <https://bigenc.ru/search?q=Атрибут> (дата обращения: 27.03.2021).
2. Deutschland AG's enduring bet on Russia [Electronic resource]. Mode of access: <https://www.economist.com/business/2021/03/27/deutschland-ags-enduring-bet-on-russia> (date of access: 27.03.2021).
3. The Economist (Великобритания): немецкий бизнес продолжает делать ставку на Россию [Электронный ресурс] // ИноСМИ.Ru. Режим доступа: <https://inosmi.ru/economic/20210328/249436261.html> (дата обращения: 28.03.2021).
4. Голикова Ж. А. Перевод с английского на русский: учеб. пособие. 5-е изд. Мн. : Новое знание, 2008. 287 с.
5. Пилявских Ю. А., Баскакова Е. С. Особенности перевода атрибутивных групп с английского языка на русский язык // Интерактивная наука. 2016. № 3. С. 126-128. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-perevoda-atributivnyh-grupp-s-angliyskogo-yazyka-na-russkiy-yazyk> (дата обращения: 17.04.2021).

ДИСКУРСИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПЕРЕДАЧИ СКАЗОЧНЫХ ОБРАЗОВ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПРОИЗВЕДЕНИИ

Д. О. Филиппова

Научный руководитель Е. И. Ковалева, кандидат филологических наук, доцент

Московский педагогический государственный университет

Москва, Россия

e-mail: ei.kovaleva@mpgu.edu

В статье рассматриваются особенности дискурсивного перевода детского художественного произведения с точки зрения передачи образности. Художественный дискурс рассматривается как широкое понятие, связанное с применением особых стратегий передачи образных средств во вторичном тексте.

Ключевые слова: художественный дискурс; язык; речь; художественный образ; стратегии перевода; идентичность при переводе.

Введение. Художественный дискурс мы понимаем как сложное явление, состоящее из участников коммуникации, ситуации общения и самого текста, связанных друг с другом общими когнитивными стратегиями порождения и понимания.