DOI: 10.17117/na.2016.01.03.392

<http://ucom.ru/doc/na.2016.01.03.392.pdf>

Поступила (Received): 19.01.2016

Большакова Н.Ф. Анализ перевода терминов в PR-дискурсе

Bolshakova N.F.
Translation analysis of terms in PR Discourse

В статье проанализирован перевод с русского на английский язык терминов в сфере связей с общественностью на примере главы из книги Билла Кверка "Communicating Corporate change". Исследовались различные приёмы перевода и частота их использования

Ключевые слова: приёмы перевода, связи с общественностью, термины

The article deals with translating from English into Russian special terms in the sphere of Public Relations on the example of a chapter from "Communicating Corporate Change" by Bill Quirke. Various translation techniques as well as frequency of their usage were analyzed

Key words: public relations, translation, terms

Большакова Наталья Фридриховна

Старший преподаватель

Пермский национальный исследовательский политехнический университет

г. Пермь, Комсомольский проспект, 29

Bolshakova Natalya Fridrikhovna

Senior Lecturer

Perm national research polytechnic university
Perm, Komsomolsky ave., 29

Для перевода и анализа была выбрана глава под названием «Using internal research» из книги Билла Кверка «Communicating corporate change».

Для того чтобы проследить, какие именно способы передачи англоязычных терминов из области PR в русскоязычную лингвистическую систему применяются на практике, были переведены и проанализированы оригинальные термины на английском языке.

При переводе терминологии целесообразно использовать такие приёмы, как заимствование, калькирование, транскрипция, транслитерация, транспозиция, смешанное заимствование, эквиваленция (характерно именно для текстов в сфере public relations).

Перейдём непосредственно к разбору приемов перевода проанализированных терминов.

Калькирование

- 1) Focus group – фокус-группа
- 2) Business strategy – бизнес стратегия
- 3) Brainstorm – мозговой штурм
- 4) Decentralized organization – децентрализованная организация
- 5) Internal research – внутреннее исследование
- 6) To get feedback – получать обратную связь
- 7) Public relations – связи с общественностью

- 8) Management style – стиль управления
- 9) Target audience – целевая аудитория
- 10) Corporate culture – корпоративная культура
- 11) Communication strategy – стратегия коммуникации
- 12) Communication vehicles – инструменты коммуникации
- 13) Communication channels – каналы коммуникации
- 14) Readability – читабельность
- 15) Key success factor – ключевой фактор успеха
- 16) Human resource – человеческий ресурс
- 17) Value system – система ценностей
- 18) Creative director – креативный директор

В приведенных примерах переводческий прием калькирование образует словосочетание путем буквального перевода соответствующей иноязычной языковой единицы.

Большое количество калек, встречающихся в русскоязычном PR-дискурсе, можно объяснить тем, что они возникали как реакция носителей языка на резкое увеличение числа прямых заимствований в терминологии предметной области PR [1].

Эквиваленция

- 1) Internal newspaper – корпоративная газета

Дословный перевод – внутренняя газета

Отталкиваясь от дословного перевода, мы понимаем, что имеется в виду газета, распространяемая внутри организации, то есть корпоративная газета.

- 2) In-house journal – корпоративный журнал

Дословный перевод – домашний журнал

- 3) In-house magazine – корпоративный журнал

Дословный перевод – домашний журнал

В двух представленных примерах из контекста, нам становится ясно, что речь идет не о журнале или газете, предназначенной для дома, а о газете, созданной организацией для ее работников. Для такого издания существует определенный термин – корпоративная газета.

Синонимия терминов может возникнуть как результат исторически сложившейся традиции использования разных терминов для обозначения идентичных понятий.

- 4) One-to-one discussions – личная беседа с клиентом

Дословный перевод – беседа один на один

При переводе данного термина можно воспользоваться способом дословного перевода, если позволяет контекст.

- 5) A benchmark – точка отсчета

Дословный перевод – исходный пункт, опорная отметка, отметка высоты, поверочная точка.

- 6) Changes in attitudes and behaviour – преобразование отношений

Дословный перевод – изменения в отношении и поведении

Очевидно, что русскоязычный и англоязычный термины описывают одну и ту же ситуацию, используя совершенно разные стилистические и структурные средства. При этом расхождения в структуре терминов на грамматическом уровне не препятствуют достижению эквивалентности перевода.

Объектом исследования явились терминологические словосочетания, в которых одна часть заимствуется из английского языка, а другая является калькой или существующей в русском языке лексемой.

Заимствование

- 1) Media profile – медиапрофиль
- 2) PR Week – PR неделя

Транслитерация

- 1) Idea-идея
- 2) Client – клиент
- 3) Marketing – маркетинг

Транскрипция

- 1) Deadline – дедлайн
- 2) Interview – интервью
- 3) Catalogue – каталог
- 4) Branding – брендинг
- 5) Press-release – пресс-релиз

Рис. 1 Частота использования переводческих приемов при переводе терминов в сфере public relations (%)

Как оказалось, наиболее частыми переводческими приемами, используемыми при переводе главы под названием «Using internal research» из книги

Билла Кверка «Communicating corporate change», оказались калькирование и смешанное заимствование.

Список используемых источников:

1. Нечаева Е.А. Механизмы передачи англоязычных терминов на русский язык (на примере терминологии предметной области PR) // Труды МГТА: электронный журнал. 2014.

© 2016, Большакова Н.Ф.

Анализ перевода терминов в PR-дискурсе

© 2016, Bolshakova N.F.

Translation analysis of terms in PR Discourse