

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Теория и практика перевода»

(наименование кафедры)

45.03.02 Лингвистика

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Перевод и переводоведение

(направленность (профиль)/специализация)

## БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему Тексты финансовых пресс-релизов в жанрово-лингвистическом и переводческом аспектах

Студент

В. В. Скарюкина

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Н. В. Аниськина

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

**Допустить к защите**

Заведующий кафедрой к.филол.н., доцент С. М. Вопияшина

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ Г.

Тольятти 2019

## АННОТАЦИЯ

Актуальность выбранной темы определяется тем, что в настоящий момент существует мало теоретического материала про финансовые пресс-релизы, тем более про специфику их перевода.

Объект исследования – тексты финансовых пресс-релизов на английском языке и их перевод на русский язык, предмет – жанрово-лингвистические характеристики текстов финансовых пресс-релизов в аспекте их перевода с английского языка на русский язык.

Цель данного исследования – определить способы передачи жанрово-лингвистических характеристик текстов финансовых пресс-релизов в процессе перевода с английского языка на русский язык. Задачи: 1) исследовать структуру и виды пресс-релизов; 2) охарактеризовать тексты финансовых пресс-релизов; 3) исследовать процесс перевода текстов финансовых пресс-релизов в научном освещении; 4) проанализировать жанровые и композиционные особенности финансовых пресс-релизов; 5) осуществить лингвостилистический анализ английских финансовых пресс-релизов; 6) описать процесс перевода текстов финансовых пресс-релизов с английского языка на русский с учетом жанрово-лингвистических особенностей оригинала и требований языка перевода.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы и приложения.

Во введении обосновывается выбор темы, ее актуальность, определяются объект и предмет исследования, характеризуются цели, задачи, методы, практическая и теоретическая значимость данной работы.

В первой главе подробно рассматриваются структура и виды финансовых пресс-релизов, а также специфика их перевода в научном освещении. Во второй главе выявляются жанрово-лингвистические характеристики финансовых пресс-релизов, и рассматривается специфика их перевода с английского языка на русский.

В заключении обобщаются результаты исследования.

Список используемой литературы насчитывает 32 источника.

Приложении содержит 201 пример художественно-выразительных средств из текстов финансовых пресс-релизов на английском языке и их перевод на русский язык.

Общий объем работы составляет 45 страниц.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	4
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ТЕКСТОВ ФИНАНСОВЫХ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ .....	7
1.1. Структура и виды финансовых пресс-релизов .....	7
1.2. Перевод текстов финансовых пресс-релизов .....	14
Выводы по первой главе .....	21
ГЛАВА II. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ ФИНАНСОВЫХ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК .....	23
2.1. Жанрово-лингвистический и композиционный анализ текстов финансовых пресс-релизов .....	23
2.2. Анализ перевода текстов финансовых пресс-релизов с английского на русский язык .....	32
Выводы по второй главе .....	41
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	43
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	46
ПРИЛОЖЕНИЕ .....	50

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Появление деловых СМИ обусловлено потребностью людей в качественной информационной и аналитической периодике по проблемам и основным тенденциям развития бизнеса. Актуализация этого нового формата вызвана не только и не столько появлением собственного контента в сетях и даже не радикальными изменениями информационных технологий, а в первую очередь – повышением значимости деловой сферы в жизни общества и в информационно-коммуникационном пространстве. Это обусловило их специфику, которая проявляется не только в стиле и языке, но и в способе коммуникации с определенной аудиторией, в отборе, структуризации информации, и, конечно же, в форме ее подачи, которая характерна, в том числе и для финансовых пресс-релизов.

В современных пресс-релизах происходит реконструкция картины мира и определение приоритетов, что наделяет их ролью эффективных проводников социально–культурных ценностей. При этом пресс-релиз в условиях рыночной экономики является товаром, что не только определяет его форму и содержание, но и заставляет авторов и редакторов использовать многочисленные технологии, активизирующие внимание потребителя.

Интенсивное развитие новейших технологий способствует широкому распространению электронных средств массовой информации, однако и печатные издания продолжают оставаться востребованными на рынке. В таких условиях становится очевидным актуальность исследования вопроса предпочтений аудитории СМИ в выборе различных видов контента, что определяет востребованность перевода текстов финансовых пресс-релизов и делает актуальной тему данной работы, которая направлена на выявление жанровых и лингвистических особенностей текстов финансовых пресс-релизов на русском и английском языках в аспекте перевода.

**Объект исследования** – тексты финансовых пресс-релизов на английском языке и их перевод на русский язык.

**Предмет исследования** – жанрово-лингвистические текстов финансовых пресс-релизов в аспекте их перевода с английского языка на русский язык.

**Цель данного исследования** – определить способы передачи жанрово-лингвистических характеристик текстов финансовых пресс-релизов в процессе перевода с английского языка на русский язык.

**Задачи исследования:**

1. Исследовать структуру и виды пресс-релизов.
2. Охарактеризовать тексты финансовых пресс-релизов.
3. Исследовать процесс перевода текстов финансовых пресс-релизов в научном освещении.
4. Проанализировать жанровые и композиционные особенности финансовых пресс-релизов.
5. Осуществить лингвостилистический анализ английских финансовых пресс-релизов.
6. Описать процесс перевода текстов финансовых пресс-релизов с английского языка на русский с учетом жанрово-стилистических особенностей оригинала и требований языка перевода.

**Методы исследования:** описательный метод, методы лингвостилистического и композиционного анализа, синтез, сравнительно-сопоставительный метод, метод предпереводческого анализа, метод трансформационного анализа.

**Теоретическую базу** исследования составили научные труды таких ученых, как Д.Э. Розенталь, О.В. Лутовинова, О.В. Вишнякова, Т.В. Жеребило, В.В. Ворошилов, В.Н. Комиссаров, Л.С. Бархударов, А.А. Николаева, М.П. Брандес, С. Brenner, J.P. Morgan и др.

**Материалом исследования** являются оригинальные тексты финансовых пресс-релизов, опубликованные на сайте ESI Group, общим объемом 100.000 знаков с пробелами, а также их перевод на русский язык.

**Практическая значимость данной работы** выражается в том, что результаты проведенного в данной работе исследования в дальнейшем могут помочь начинающим переводчикам не допускать ошибок при оформлении и переводе текстов финансовых пресс-релизов на русский и английский язык.

**Структура и основное содержание работы.** Логика исследования и последовательность решения поставленных задач обусловили структуру работы, которая состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы и приложения.

Во **введении** обосновывается выбор темы, ее актуальность, определяются объект и предмет исследования, характеризуются цели, задачи, методы, практическая и теоретическая значимость данной работы.

В **первой главе** подробно рассматриваются виды, на которые подразделяются пресс-релизы, финансовые пресс-релизы и их структура, а также специфика перевода текстов финансовых пресс-релизов в научном освещении.

Во **второй главе** производится лингвостилистический анализ финансовых пресс-релизов и выявляются их жанрово-лингвистические и композиционные особенности, а также рассматривается специфика перевода текстов финансовых пресс-релизов с английского языка на русский.

В **заключении** обобщаются результаты исследования.

**Список используемой литературы** насчитывает 32 источника, из них два источника на иностранном языке и шесть словарей.

**Приложение** содержит 201 пример художественно-выразительных средств из текстов финансовых пресс-релизов на английском языке и их перевод на русский язык с указанием способа перевода.

# ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ТЕКСТОВ ФИНАНСОВЫХ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ

## 1.1. Структура и виды финансовых пресс-релизов

Профессиональная деятельность специалиста по связям с общественностью включает большое количество разновидностей письменных коммуникаций. Среди них одним из самых важных является непосредственно пресс- релиз.

Пресс- релиз – это краткое информационное сообщение, адресованное представителям средств массовой информации [15].

Для аудитории деловых СМИ особое значение имеет прогнозирование, поэтому финансово-экономические издания призваны «формировать деловую информационную инфраструктуру. В перечень их функций и конкретных содержательных задач входят ... обеспечение аудитории оперативной коммерческой (сводки, котировки, валютные курсы) и нормативной информацией (законодательные акты, постановления правительства) ... и формирование положительного образа предпринимательства в сознании массовой аудитории» [13, с. 31], что характерно для финансовых пресс-релизов.

Финансовый пресс-релиз – это краткое информационное сообщение, адресованное инвестиционному сообществу, деловым / финансовым СМИ, регуляторам / биржам, народу и самим сотрудникам. Зачастую финансовые пресс-релизы содержат краткую последовательную и своевременную информацию, убедительные броские цитаты руководства, полную финансовую отчетность (иногда в виде таблиц), обсуждение материальных разработок, объяснение финансовых и операционных результатов и того, что говорят о компании как поставщике и партнере [24].

В работе Г. Н. Татариновой «Управление общественными отношениями» автор предлагает следующую схему построения текста пресс-релиза, которая относится как к обычным, так и финансовым пресс-релизам.

Первый важный пункт в структуре – это указание жанровой принадлежности: «пресс-релиз» и дата его создания.

Более того, в любом пресс-релизе должен быть заголовок, по которому можно понять непосредственно основную суть новостного события и резюмировать наиболее важную информацию [21, с. 78].

Построение текстов любых пресс-релизов происходит по общеизвестному принципу «перевернутой пирамиды»: что означает уменьшение количества содержательной и значимой информации в каждом последующих абзацах и тогда абзац вообще может уложиться в одно предложение. Открытая текстовая структура имеется в любых пресс-релизах. И если пресс-релизы строятся по общеизвестному принципу, то когда их будут подготавливать к печати, возможно, произведут механическое «сокращение», то есть уберут любое количество абзацев – все зависит от того какой формат характерен для издания и от самого новостного события [21, с. 81].

По словам Г. Н. Татариновой, «пирамида» должна строиться из четырех «кирпичиков» или просто иметь четыре основных блока.

Лид-абзац содержит основную (актуальную) информацию, новостной повод: это ответы на вопросы «кто?», «что?», «когда?», «где?» и, возможно, «почему?», «для кого?», однако в нем не должно быть перенасыщения цифрами или вспомогательным справочным материалом. Это абзац, который передает основную мысль, тем самым дает понять, о чем это новостное событие в целом. Более того лид-абзац может считаться более полным вариантом заголовка.

Все самые интересные детали и подробности зачастую содержатся во втором абзаце.

Третий «блок» – это комментарии и оценка описанного в пресс-релизах, где эксперты или известные авторитетные личности высказывают свое мнение.



Последний абзац – выводы и обобщения. Более того комментарии из третьего абзаца могут дополнить выводы из последнего и подчеркнуть весомость проведенного мероприятия и роль организаторов.

ФИО и контактная информация указываются непосредственно в конце пресс-релизов (телефон, факс, электронная почта). В качестве контактных могут указываться одно–два лица: не обязательно указывать создателей данного конкретного пресс-релиза (хотя такое тоже может быть), а лиц, наделенных полномочиями дать дополнительную, расширенную информацию о новостном событии, предметом которого становится данный пресс-релиз [21, с. 88].

Таким образом, основные композиционные особенности пресс-релизов, которые предлагает Г. Н. Татарина:

- все имена собственные должны даваться в полном виде, то есть фамилия, имя и отчество не должны сокращаться;
- желательно избегать эпитетов превосходной степени, использовать с осторожностью образные выражения [21, с. 92].

Финансовые пресс-релизы имеют некоторые отличительные особенности от обычных пресс-релизов.

Для финансовых пресс-релизов характерно активное использование числительных, поскольку, как правило, речь идет не только о датах, но и о финансовой статистике. В качестве примера можно привести следующее предложение финансового пресс-релиза: «Q3 2018 sales at current exchange rates grew by a solid 12.2% year upon year to €28 million».

Еще одной особенностью финансовых пресс-релизов является использование аббревиатур и наименований компаний, широко известных в профессиональных финансовых кругах. В качестве примера можно привести следующее предложение финансового пресс-релиза: «Process engineers at FCA LATAM simulate human interactions with ESI IC.IDO to optimize assembly processes and maximize productivity».

Некоторые финансовые пресс-релизы включают в себя аналитические таблицы, которые могут быть представлены в различных форматах и зачастую предоставляют основные финансовые показатели, их изменения за какой-либо период времени, бухгалтерский баланс или отчет о движении денежных средств. Например, английский (см. Рис. 1) и русский вариант (см. Рис. 2) [24].

**Change in third-quarter and year-to-date sales**  
*Financial year ending January 31 (unaudited figures). The third-quarter ends on 31 October.*

In € millions	Q3 2018	Q3 2017	Δ %	Δ % (cer <sup>1</sup> )	Sales 9M 2018	Sales 9M 2017	Δ %	Δ % (cer)
<b>Licenses</b>	20.6	17.8	<b>+15.9%</b>	15.4%	60.0	56.8	<b>+5.6%</b>	+8.0%
<b>Services</b>	7.4	7.2	<b>+2.9%</b>	1.9%	21.2	21.9	<b>-3.1%</b>	-1.8%
<b>Total</b>	<b>28.0</b>	<b>24.9</b>	<b>+12.2%</b>	11.5%	<b>81.2</b>	<b>78.7</b>	<b>+3.2%</b>	+5.3%

<sup>1</sup>cer: at constant exchange rates  
 NB: because of strong seasonal variations, ESI Group's Licenses business recognizes a big part of its annual revenue in the 4th quarter of the year.

**Рис. 1.** Финансовые показатели компании (на английском языке)

**Основные финансовые показатели за 12 месяцев 2015 года**

	12 мес. 2015 г.	12 мес. 2014 г.	Изм., %
<i>В млн. рублей, если не указано иное</i>			
Выручка	18,805	19,589	-4.0%
ЕБИТДА	4,016	4,449	-9.7%
Рентабельность по ЕБИТДА	21.4%	22.7%	-135 bp
Чистый убыток *	(2,123)	(2,410)	-11.9%
Денежный поток от операционной деятельности	1,335	3,425	-61.0%
Капитальные затраты	1,941	3,289	-41.0%
Чистый долг	17,218	15,185	13.4%

\* В дополнение к финансовым показателям, описанным выше, и отчетности по сегментам, которая раскрыта в примечаниях к аудированной годовой консолидированной МСФО отчетности, Группа презентует нормализацию финансовых результатов за 2015 и 2014 годы на эффект от разовых и нехарактерных доходов и расходов в дополнение к тем, которые участвуют в расчете скорректированных показателей ЕБИТ и ЕБИТДА. См. подробнее Отчет руководства по результатам 2015 года.

**Рис. 2.** Финансовые показатели компании (на русском языке)

Особые черты жанра определяют объем для всех пресс-релизов. Самым большим объемом принято считать 1,5–2 страницы, знаков должно быть около 2500. По мнению А. Д. Кривоносова, жанр пресс-релизов считается оперативным, это и диктует его положение не более чем на одну страницу. Все что можно узнать подробнее, должно быть вынесено в приложениях к пресс-релизам в любых других форматах, используемых рекламой [10, с. 121].

Итак, для пресс-релизов и финансовых пресс-релизов в основном выделяется одна страница и тогда человек, публикующий данный текст уделит меньше времени, чтобы его прочитать и проанализировать, а также шансов, что текст будет опубликован, становится больше (возможно частично опубликован) [10, с. 97].

Поскольку любой написанный текст, предназначенный для публикации в какой-либо компании, должен помогать созданию или поддержанию ее имиджа, поэтому важным фактором это оформление этого текста. Оформляются пресс-релизы на бланках с отличительными знаками организаций, что помогает отличать пресс-релизы одной компании от другой. Оформление любых пресс-релизов на фирменном бланке с реквизитами организации нежелательно [10, с. 134].

Таким образом, пресс-релиз, также финансовый пресс-релиз являются наиболее используемыми видами письменных коммуникаций СМИ на сегодняшний день. Задача их состоит в том, чтобы у читателей складывалось положительное мнение об организации или фирме. Хорошей помощью в этой задаче служат и структура, и содержание, и стиль текста.

Любой пресс-релиз представляет собой письменное заявление в средствах массовой информации. Он может предоставлять информацию о новостях, включая запланированные мероприятия, повышение персонала, награды, новую продукцию и услуги, достижения продаж и др. [15].

С точки зрения содержания текстов, можно выделить несколько видов пресс-релизов: анонс, новость, сообщение, экстренное сообщение, ответное сообщение, техническое сообщение, плохие новости, местные новости.

Анонс – это краткая информация о предстоящем событии на одну страницу, в котором зачастую приглашают журналистов для участия. Не раскрывает все карты, а только намекает, о чем будет идти речь на мероприятии. Содержит список выступающих людей. В анонсе – приглашении обязательно должны быть указаны: дата, время, место проведения [15].

Новость (news release) – это сообщения, которое содержит значимую новость. Информация может быть более подробно изложенной и размещаться на 1-2 страницах. Обычно в новостных пресс– релизах рассказывается о событии или мероприятии, которое недавно произошло [15].

Сообщение (announcement release) – которое сообщение, говорящее об итогах финансового года, подписаниях контрактов, кадровых перестановок, изменения адреса, введение новых технологий, изобретений и т.д. Как правило, в качестве источника сведений выступает высокопоставленное лицо компании или ее сотрудник, тесно связанный с событием [15].

Экстренное сообщение – это информация о незапланированных, форс-мажорных обстоятельствах. Часто в таких пресс-релизах сообщают о стихийных бедствиях (наводнениях, пожарах), приведших к каким-либо значительным для компании последствиям. Также, например, может быть экстренное сообщение о забастовке, массовом заболевании и т.д.

Ответное сообщение – это информация, связанная с действиями, которые были направлены против организации или личности. Таковыми, например, могут быть прекращение финансирования проекта, подача искового заявления, обвинения в несоблюдении стандартов, техники безопасности, экологических требований и т.д. [15].

Техническое сообщение (technical release) – развернутая информация о товаре или услуге. Обычно имеет значительный объем и предназначается для профессиональных, специализированных СМИ.

Плохие новости – это сообщение о негативных событиях, связанных с организацией. Кроме фактов, в таком пресс-релизе излагается точка зрения руководства компании, а также при необходимости – точка зрения независимых экспертов. Целью подобного пресс-релиза является показ общественности того, что компания не скрывает плохие новости и делает все возможное, чтобы улучшить ситуацию. При подготовке пресс-релиза не

стоит хоронить плохие новости среди позитивной информации. Такой подход порождает недоверие к ее источнику.

Местные новости – информация о событиях, которые происходят в одном регионе или области, в которой присутствует одно и то же СМИ. Журналисты, знают, что ничто не интересует людей больше, чем происходящее по соседству. Эффективность использования этого типа пресс-релизов чрезвычайно высока.

Также пресс-релизы классифицируются по форме построения. Среди форм выделяются следующие.

1. Публикационный пресс-релиз. Предназначенный сразу для публикации без изменений материал среднего объема.
2. Технический пресс-релиз. В нем изложены все детали предстоящего события. В нем надо кратко суммировать все подробности события. Он более объемен и подробен.
3. Пресс-релиз – резюме. Излагаются основные моменты какого–либо отчета, выступления, презентации. Он также не очень объемен.
4. Пресс-релиз сопроводительной информации. Готовятся непосредственно для специализированных изданий.
5. Пресс-релиз – объявление. Самый короткий; содержит несколько предложений [15].

По сфере распространения текстов можно узнать функционально–стилевую принадлежность текстов пресс-релизов. В рамках данной работы рассматриваются тексты финансовых пресс-релизов, опубликованные в сети Интернет на сайте компании ESI Group, т.е. только оригинальная коммуникация компании.

Все пресс-релизы относятся к PR–коммуникациям, они сочетают в себе деловой и публицистический стили, основными целями которых являются информирование и воздействие. Эти стили, как и каждый функциональный стиль, обладают специфическими особенностями в лексике, фразеологии и синтаксических конструкциях [18, с. 311]. Использование черт того или

иного стиля определяется функцией (или целью) общения в той сфере, где этот стиль используется. В связи с этим основной целью пресс-релизов также являются информирование читателя о чем-то новом (открытии новой фирмы, ее филиала, выпуске новой продукции фирмы и т.д.), и также явно содержащееся в нем воздействие на подсознание читающего. Однако соотношение целей, а также целевая аудитория в том или ином типе пресс-релиза могут варьироваться в зависимости от коммуникативной ситуации, и это определяет отбор материала для его восстановления. Например, финансовые пресс-релизы относятся к виду сообщение (announcement release), так как обычно содержат характерную для этого вида информацию. По типу финансовые пресс-релизы относятся к публикационным, потому как публикуются без изменений. Поэтому зная вид и тип легко произвести отбор подходящего материала. По мнению А. Н. Васильевой, модель такого воздействия «формируется в речевом сознании (подсознании) человека в процессе речевой практики и чтения» [6, с. 48].

К особенностям официально делового стиля можно отнести специфическую терминологию, краткость и, одновременно, полноту содержащейся информации; к особенностям публицистического стиля – использование художественно-выразительных средств, помещение обсуждаемой новости в контекст социума.

## **1.2. Перевод текстов финансовых пресс-релизов**

Л. К. Латышев считает, что социальная значимость перевода заключается в обеспечении такой опосредованной двуязычной коммуникация, которая бы в меру своих возможностей максимально приближалась бы к обычной, одноязычной коммуникации [11, с. 15].

В. Н. Комиссаров дает следующее понятие: «Перевод – это вид языкового посредничества, при котором на другом языке создается текст, предназначенный для полноправной замены оригинала, в качестве коммуникативно–равнозначного последнему» [8, с. 49].

Тексты финансовых пресс-релизов относятся к виду экономических текстов, следовательно, специфика их перевода имеет сходство.

Специфика перевода экономических текстов заключается в характерной для них терминологии и ее правильном применении, финансовых понятиях, характерных для той или иной страны, стиле повествования. Непоследовательное употребление существующих терминов и их дублирование, и введение новых терминов без достаточных на то оснований – все это ведет к сложностям правильного перевода специализированной терминологии, т.к. термины данной области не всегда идентичны в разных языках и странах. Перевод, связанный с финансовой терминологией, не является обычным техническим переводом и требует от переводчика определенных знаний в той или иной сфере. Так же он должен понимать отличия и особенности, составления текстов экономических и текстов финансовых пресс-релизов, правильно применять законодательные нормы и трактовку терминов в нашей стране и за рубежом [16].

Рассмотрим трудности, с которыми может столкнуться переводчик при переводе экономических текстов. Перевод данных текстов должен соответствовать таким требованиям, как: эквивалентность и адекватность, достижение максимальной четкости и точности изложения; использование исключительно общепринятых конструкций и выражений; исключение неоднозначных выражений и грамматических конструкций; тщательное адаптирование каждого термина и выражения к языку перевода [5].

Для передачи достоверной и точной информации при переводе текстов финансовых пресс-релизов необходимы как лингвистические, так и финансовые знания терминологии. Для качественного перевода следует отдельно ознакомиться со специфическими терминами данной сферы. Например, слово *balance* имеет несколько значений при переводе в разных сферах: балансировка, противовес, маятник, весы, равновесие, остаток и баланс. Только переводчик, который тщательно изучил финансовую

терминологию, сможет с точностью передать смысл текста, учитывая все его нюансы.

Еще одна особенность перевода таких текстов состоит в том, что нужно изучить не только финансовые термины, но и множество новых аббревиатур и наименований компаний, широко известных в профессиональных финансовых кругах. При переводе следует уделить этому особое внимание и подобрать подходящий эквивалент на языке перевода.

Также тексты финансовых пресс-релизов содержат огромное количество числительных, это не только даты и контактные данные, но и сама финансовая статистика, которая может усложнить перевод, так как в разных культурах разные единицы измерения.

Проанализировав информацию, посвященную переводу экономических текстов и текстов финансовых пресс-релизов, мы можем сказать следующее: при переводе терминов, прежде всего, нужно определить их состав, т.е. понять суть данных терминов и подобрать для них правильный эквивалент [7, с. 113].

Так как финансовые пресс-релизы относятся не только к официально-деловому, но и к публицистическому стилю, затруднения при переводе может вызвать использование специфических средств речевого воздействия.

Язык публицистических текстов часто эмоционально насыщен, что приближает его к языку художественной литературы. Поэтому в нем можно встретить образные сравнения, метафоры, эпитеты, анафоры и любые другие художественно-выразительные средства [22].

Эти затруднения могут быть обусловлены разными факторами. Например, отсутствием в языке перевода соответствующего сравнения (to work like magic) или разным восприятием его образа в русском и английском языках (to work like a horse и работать как лошадь) [19].

Метафоры важны не только потому, что придают неживому предмету качество живых существ, но потому какой эффект они производят на



читателя. При переводе нужно очень точно передать, как формы, так и семантическое содержание метафоры исходного текста [20, с. 36].

Пресс-релиз относится к PR–коммуникациям, то есть он запрограммирован на социальную оценку излагаемой в нем информации. То как отреагирует читатель является основной и конечной задачей для автора PR–текста. Поэтому она должна быть только такой, какой ее задумал автор. Все используемые в них художественно-выразительные средства должны служить для воплощения этой задачи, а переводчик должен правильно подобрать способы перевода для передачи этих средств на языке перевода [14].

Перевод текстов финансовых пресс-релизов, которые включают в себя финансовые термины, осуществляется различными способами, например, с помощью межъязыковых трансформаций. Главной целью для переводчика является правильный подбор того или иного способа при переводе, чтобы значение каждого термина было правильно понято [5].

Например, одна из лексических трансформаций – транслитерация, применяя ее при переводе финансовой терминологии, не следует забывать о «ложных друзьях переводчика», согласно К. Г. Готлибу, «ложные друзья переводчика» – это слова двух (возможно и нескольких) языков, которые из-за сходства их формы и содержания способны вызывать ложные ассоциации и приводят к ошибочному восприятию информации на иностранном языке, а при переводе – к искажениям содержания, к ошибкам в лексической сочетаемости, неточностям в передаче стилистической окраски, а также в словоупотреблении [цит. по 1].

Также наиболее распространенным лексическим приемом перевода финансовых терминов является непосредственно описательный способ. Такой прием может быть применен тогда, когда эти термины уже давно известны в постиндустриальных обществах, но только сейчас начинают появляться в русском социуме. В случае если специальный словарь не дает точного эквивалента того или иного финансового определения или же когда

применение калькирования, транслитерации или описательного перевода неуместно, возможны также лексико–семантические и лексико–грамматические приемы перевода. Также к лексическим трансформационным приемам, применяемым при переводе специализированных терминов, можно отнести конкретизацию и генерализацию [5].

Метод компрессии – еще один лексико–грамматический прием перевода современных экономических терминологических единиц. Компрессия – это более компактное изложение мыслей благодаря опущению лишних элементов и позаказного контекста [28].

При переводе художественно-выразительных средств также используются различные трансформации, например, В. Н. Комисаров разбивает их на лексические, грамматические и комплексные лексико–грамматические (смешанные). Также в классификации В. Н. Комиссарова можно увидеть транскрибирование, транслитерацию и калькирование [9, с. 64].

Далее изучим лексические и грамматические трансформации, а также трансформации смешанного типа. При переводе с иностранного языка на русский лексико–грамматические трансформации являются преобразованием структуры предложения в соответствии с нормами русского языка.

Очень часто в процессе перевода присутствуют трансформации смешанного типа. В основном случается так, что перестановка используется вместе с заменой, то есть грамматическое преобразование ведет за собой лексическое. Из этого можно сделать вывод, что грамматические трансформации не могут отдельно существовать от лексических, так как они постоянно взаимодействуют друг с другом.

Данные трансформации являются довольно сложными, переводчикам приходится использовать процессы анализа и синтеза для хорошего перевода. Очевидно, что у каждого переводчика свой стиль работы, но без

использования переводческих трансформаций невозможно выполнить адекватный перевод [4].

По мнению В. Н. Комиссарова, основными трансформациями являются лексические и грамматические. В состав лексических трансформаций входят транслитерация, гипо-гиперонимический перевод, уподобление, описательный перевод и калькирование [9]. В состав грамматических трансформаций входят членение предложения, объединение предложений, грамматические замены (формы слов, части речи, члены предложения).

В классификации В. Н. Комиссарова также имеются антонимический перевод, экспликация, компенсация. Все эти компоненты составляют комплексные лексико–грамматические трансформации [9].

По классификации Л. С. Бархударова, выделяются приемы добавления, замены, опущения и перестановки [2, с. 105].

По мнению Я. И. Рецкера, можно выделить 7 основных лексических трансформаций:

- смысловое развитие;
- генерализация значений;
- конкретизация значений;
- антонимический перевод;
- дифференциация значений;
- целостное преобразование;
- компенсация потерь в процессе перевода [17, с. 55].

Лексические трансформации при переводе – отклонение от словарных соответствий, заключающихся в замене отдельных лексических единиц исходного языка на лексические единицы переводного языка, не являющиеся их эквивалентами. Лексические трансформации при переводе применяются в том случае, если же в исходном тексте встречается нестандартная языковая единица на уровне слова. Примером может служить какое–либо собственное имя, свойственное исходной языковой культуре, но отсутствующее в переводящем языке [4].

Главной целью перевода является достижение адекватности. Данный перевод осуществляется на уровне, необходимом, а также достаточном для передачи неизменённого плана самого содержания исходного текста при чётком соблюдении норм переводящего языка.

Самой важной задачей для переводчика при достижении адекватности перевода текста является уместность произведения различных трансформаций для того, чтобы текст перевода как можно более достоверно передавал всю информацию, заключённую в оригинальном тексте, не забывая про сохранность соблюдения норм переводящего языка [3].

Рассмотрев лексические и грамматические переводческие трансформации, нужно отметить, что в процессе перевода переводчик вынужден комбинировать трансформации для достижения наилучшего перевода.

Перевод очень важен в межкультурной коммуникации, так как именно переводчик становится посредником в обмене деловой и финансово-экономической информацией.

При переводе текстов финансовых пресс-релизов нужно знать и понимать смысл определенных терминов, а также область их применения и способ перевода. Финансовые пресс-релизы полны аббревиатурами, средствами языкового воздействия, названиями компаний, которые необходимо знать и при переводе использовать адекватные эквиваленты на родном языке и выбирать правильный прием перевода. Перевод текстов финансовых пресс-релизов невозможен без использования источников лингвистической и экономической информации, в которых переводчик должен хорошо ориентироваться и которыми он должен пользоваться. Т.Р. Левицкая и А. М. Фитерман утверждают, что теоретическая подготовленность и искусство переводчика выражается в умении находить правильные решения из возникших трудностей, а также в умении использовать накопленный практический опыт [12, с. 115]. Только используя разносторонние и специальные знания, переводчик сможет достигнуть

полноценного перевода, передать полное содержание переводимого текста в соответствующем оригиналу формате, не нарушив при этом норм языка, на который производится перевод.

Таким образом, перевод – это сложный вид деятельности, который требует от переводчика особого подхода, методов, трансформаций и приемов. Без использования этих переводческих компонентов, перевод вряд ли получится полным и приближенным к оригиналу.

Следовательно, употребление определенных приемов, подходов, а также лексических и грамматических существенно упростит процесс перевода и сделает его интересным.

В данной работе мы будем придерживаться классификаций В. Н. Комиссарова и Л. С. Бархударова, так как, на наш взгляд, они кажутся наиболее логичными и четко структурированы.

### **Выводы по первой главе**

Пресс-релиз – сообщение для прессы или информационное сообщение, содержащее в себе новость об организации (возможно и частном лице), выпустившей пресс-релиз, изложение её позиции по какому-либо вопросу и передаваемое непосредственно для публикации в СМИ.

Пресс-релиз делится на восемь типов: анонс, новость, сообщение, экстренное сообщение, ответное сообщение, техническое сообщение, плохие новости, местные новости. Также они подразделяются по форме построения: публикационный пресс-релиз, технический пресс-релиз, пресс-релиз – резюме, пресс-релиз сопроводительной информации, пресс-релиз – объявление.

Основные композиционные особенности пресс релиза должны включать в себя заголовок, подзаголовок (детали), лидирующий абзац, цитаты экспертов, справки.

В настоящее время выделяются несколько стилей речи, однако пресс-релизы относятся только к деловому и публицистическому стилю.

Финансовый пресс-релиз – это краткое информационное сообщение, адресованное инвестиционному сообществу, деловым / финансовым СМИ, регуляторам / биржам, народу и самим сотрудникам. Зачастую финансовые пресс-релизы содержат краткую последовательную и своевременную информацию, убедительные броские цитаты руководства, полную финансовую отчетность (иногда в виде таблиц), обсуждение материальных разработок, объяснение финансовых и операционных результатов и того, что говорят о компании как поставщике и партнере.

В финансовых пресс-релизах выделяются несколько отличительных особенностей от обычных пресс-релизов. Это активное использование числительных, использование финансовой терминологии, использование аббревиатур, наименований компаний, широко известных в профессиональных финансовых кругах и аналитические таблицы, предоставляющие некие финансовые данные.

Специфика перевода текстов финансовых пресс-релизов заключается в следующем: 1) необходимость учитывать все тонкости и нюансы первоисточника; 2) для логической, достоверной и точной передачи информации необходимы как лингвистические, так и финансовые знания; 3) тексты полны терминами и каждая сфера имеет свою собственную терминологию; 4) тексты содержат аббревиатуры, что также может вызвать затруднения при переводе; 5) правильное использование трансформаций также является главным аспектом хорошего перевода.

## ГЛАВА II. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ ФИНАНСОВЫХ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

### 2.1. Жанрово-лингвистический и композиционный анализ текстов финансовых пресс-релизов

Обратимся к жанрово-лингвистическим характеристикам финансового пресс-релиза, относящегося как к деловому, так и публицистическому стилям речи. К особенностям официально делового стиля можно отнести специфическую терминологию, краткость и, одновременно, полноту содержащейся информации; к особенностям публицистического стиля – использование художественно-выразительных средств, помещение обсуждаемой новости в контекст социума.

Итак, рассмотрим первый финансовый пресс-релиз “ESI’s immersive Virtual Reality Solutions will be at Manufacturing World Japan 2019.” В заголовке говорится о том, что компания ESI будет участвовать на выставке Manufacturing World Japan 2019. В краткой и сжатой форме представлена тема финансового пресс-релиза. Название компании написано в сокращении аббревиатурой ESI. Причем, далее эта аббревиатура используется еще несколько раз с целью привлечения внимания. Далее обозначается адресат – производители (manufacturers), место и дата проведения – Manufacturing World Japan 2019, in Tokyo, February 6<sup>th</sup> to 8<sup>th</sup>. Таким образом, мы здесь обозначили социальный контекст и адресат пресс-релиза. Далее говорится о цифровых преобразованиях (digital transformation), виртуальной реальности (virtual Reality) и их внедрении. Заканчивается пресс-релиз общей информацией о ESI и контактной информацией. Здесь использованы элементы рекламы (выделены заглавными буквами особо значимые слова) Virtual Reality, Augmented Reality, Factory of the Future . Также термины из языка делового общения: translates, new layers of complexity, product quality, productivity. Что касается публицистического стиля, то в журналистской практике текст пресс-релиза принято писать по принципу «перевернутой

пирамиды»: что означает уменьшение количества содержательной и значимой информации в каждом последующих абзацах и тогда абзац вообще может уложиться в одно предложение.

В связи с вышесказанным можно увидеть, что жанр финансового пресс-релиза обладает всеми специфическими чертами PR–текста: простая, понятная, сжатая информация; четкая структура: дата и место публикации, заголовок кратко повествует о теме сообщения; нейтральный тон изложения; в заключительной части – координаты, контактные данные. Однако этот жанр нельзя отнести к чисто публицистическому, поскольку в нем отсутствуют эмоционально и экспрессивно окрашенная лексика, восклицательные и вопросительные предложения и т.д. Это подтверждает, что в данном жанре соединены признаки делового и публицистического стилей.

Композиционные особенности построения пресс-релиза основываются на использовании лида в качестве основообразующего смыслового начала пресс-релиза. Данный абзац присутствует в каждом финансовом пресс-релизе.

В качестве примера построения лидов можно привести следующие:

1. Paris, France – February 5, 2019 – ESI Group, leading innovator in Virtual Prototyping software and services for manufacturing industries, will exhibit at Manufacturing World Japan 2019, in Tokyo, February 6th to 8th. ESI will showcase its Virtual Reality solution for manufacturers to validate assembly and maintenance processes well ahead of production, to minimize design errors, reduce risks, and successfully scale up production.

2. ESI Group (FR0004110310 – ESI), pioneer and leading innovator in Virtual Prototyping solutions, announces the appointment of Cristel de Rouvray as Chief Executive Officer, effective the 1st February 2019. Cristel de Rouvray, age 42 and previously Board Leader of the Group and an Executive at an American Non–Profit Organization, succeeds Alain de Rouvray, founder of the company who remains Chairman.



3. ESI Group (FR0004110310 – ESI), pioneer and world-leading provider in Virtual Prototyping announces, as part of its financing policy, the signature of a €40 million syndicated credit line, taken out with a consortium of leading European banks.

4. San Jose, California, USA – December 20, 2018 – ESI Group, leading innovator in Virtual Prototyping software and services for manufacturing industries, will exhibit at CES in Las Vegas on January 8–11, 2019. Accelerating innovation in various industries, ESI works for example with leading automakers and their suppliers across the world to enable smarter manufacturing, greener designs, and safer vehicles. At CES, ESI will showcase how Smart Virtual Prototyping helps both OEMs and startups to introduce disruptive innovations and accelerate mobility developments by eliminating the need for physical prototypes.

5. Frankfurt, Germany, November 13th 2018. At the Formnext 2018 trade show, AddUp and ESI Group will be presenting “Distortion Simulation AddOn”, an ergonomic and accessible simulation module they jointly designed specifically for metal additive manufacturing.

6. Paris, France – November 6, 2018 – ESI Group, leading innovator in Virtual Prototyping software and services for manufacturing industries, will launch its Additive Manufacturing (AM) simulation solution on November 13–16 in Frankfurt, Germany at Formnext, one of the world’s largest tradeshow for next generation manufacturing technologies. Leveraging ESI’s unique knowledge of material physics and its long-lasting support of the world’s largest OEMs across industrial sectors, ESI Additive Manufacturing, provides a comprehensive solution to accelerate metal additive manufacturing developments. The solution’s ability to quickly address manufacturability issues on the shop floor, as well as connecting with material quality investigation, makes it the perfect solution to ensure efficient and continuous workflows from Computer-Aided Design (CAD) to parts qualification.

7. Paris, France – October 31, 2018 – ESI Group, leading innovator in Virtual Prototyping software and services for manufacturing industries, announces

its participation in SIMSEO, an initiative aimed at democratizing the use of CAD/CAE solutions and to support the digital transformation of smaller businesses. Several of ESI's software solutions, specifically in the field of Virtual Manufacturing, have been granted the SIMSEO label, highlighting their ability to support Small- and Medium- Enterprises (SMEs) as they seek to leverage digital tools to increase their competitiveness.

8. ESI Group (FR0004110310 – ESI), leader and pioneer in virtual prototyping solutions, has been awarded first prize in the Gaïa campaign 2018 for midcaps with annual revenues under €150m. This is the third year in a row ESI has won first prize in this category and it keeps its place in the index which singles out the 70 top-rated companies in the CSR domain.

9. Present in more than 40 countries, ESI faces the challenge of limiting its environmental footprint around the world. In an effort to support this ambition, ESI is working with Gelato to change its historical practice of printing and storing printed material in Paris before shipping it as needed around the world.

10. Paris, France – September 25, 2018 – ESI Group, leading innovator in Virtual Prototyping software and services for manufacturing industries, announces its collaboration with DGA Aero-Engine Testing in the development of a virtual test bench for aircraft engines in flight conditions. DGA Aero-Engine Testing (or DGA-EP) is a non-profit public body, part of the Test and Evaluation capabilities of the French armament procurement agency. Aircraft engines, for both civil and military applications, are tested in DGA-EP facilities to verify their performance for given applications. These tests are an integral part of the engine certification process. This project leverages SimulationX, ESI's solution for system simulation, to deliver a major technological advance that will benefit the DGA in terms of resources, deadlines and budget.

Следующие абзацы, а именно основная часть сообщения, вкратце описывает тематику предстоящего события. В качестве примеров можно привести:

1. The digital transformation is profoundly reshaping the manufacturing industry, from product development to process engineering, structuring the factory environment and planning maintenance procedures. The implementation of digital innovations such as connected objects, robots/ cobots and Augmented Reality (AR) is bringing new value to the factory floor, along with sizable opportunities to maximize product quality and productivity. For engineering teams this often translates into new layers of complexity, creating potential inefficiencies that can impact product assembly, disassembly and maintenance. When these operations involve human interactions, new technologies can be a particular source of operational uncertainty that needs to be mitigated to assure successful production ramp-up and to achieve production targets.

2. Cristel de Rouvray has a long track record with ESI Group and has been an ESI Board member since 1999. Appointed Board Leader, she served as Chairwoman of the Compensation, Nomination & Governance Committee, as project leader for succession planning, and as head of an operational committee for critical Human Resources related topics. She has been a key driver in building and supporting ESI's talent development and management decisions. Through this experience, Cristel has gained both a deep understanding of ESI's expertise, market, people and culture, and has successfully established a productive working relationship with the industrial ecosystem, the Board, the Group Executive Committee and key managers.

3. This credit line will be used to fund the acceleration of the Group's development plan and diversify its financial partners. It replaces the syndicated credit line signed in 2015.

4. E-mobility translates into greater product complexity. As automakers race to develop sustainable mobility solutions, they are challenged by complex and often conflicting needs. Adding to existing requirements such as safety or comfort, manufacturers must find ingenious ways to extend Electric Vehicle (EV) range – which inevitably translates into tougher targets for weight reduction and

challenging manufacturability and production costs. Connected and autonomous vehicles bring yet another layer of complexity.

5. ESI's historic customers have increased their deployment of the Group's solutions over the first nine months of the year. Overall the automotive industry is driving the growth with the significant strengthening of existing collaborations. Business was also brisk in the energy and defense sectors.

6. ESI Additive Manufacturing supports manufacturers of 3D printed metallic parts in achieving greater productivity, while providing key information on final parts quality. Photo courtesy of Volum-e.

7. SIMSEO, a government-sponsored initiative carried out by the French association for numerical simulation, Teratec, has been running roadshows across the country since 2016. They visit local SMEs to offer innovative solutions that deliver a cost-effective alternative to traditional trial and error testing. The scheme offers to fund up to 50% of simulation software investment, with a maximum contribution of SIMSEO up to 10,000 Euros.

8. This award recognizes the efforts undertaken by ESI to continuously improve its commitment to social, societal and environmental responsibility. In 2018, the Group has reached a new milestone by joining the United Nations Global Compact, illustrating its beliefs and its willingness to act in these domains.

9. DGA Aero-Engine Testing or DGA-EP – an entity dedicated to all types of aeronautical thruster tests – has a wide range of test facilities. It designs and carries out tests of aerobic aeronautical engines, their components, assemblies and sub-assemblies and associated equipment under simulated flight conditions, including icing conditions. The DGA-EP site is currently the largest center of its kind and houses nearly all high-altitude caissons in Europe. To optimize the preparation of its tests and the training of its operators, the entity launched the SIMATMOS project in 2012, with the objective to implement a virtual test bench, which will eventually be used to train its operators, check the feasibility of the tests and predict the performance of the testing installations.

10. Notably, the concept of Hybrid Twin™ encounters an enthusiastic early acceptance. Industrialists understand that data exploitation demands backup from reliable and proven virtual rational models to make actionable sense and deliver a unique value to understand and influence the performance of their new products in real operational life (our Product Performance Lifecycle™ solutions). This has already generated several development projects, the financial impact of which will become gradually more significant over the next couple of years.

Далее перейдем к лингвостилистическому анализу текстов финансовых пресс-релизов, который позволит выявить наличие художественно-выразительных средств, несмотря на то, что главными характеристиками являются сжатость, компактность изложения и их экономное использование.

Для языка английских финансовых пресс-релизов характерны следующие особенности.

1. Финансовая рекламная лексика. Некоторые образные слова и выражения проникают в финансовый язык пресс-релизов из рекламы. Так, например, consumers, productivity, product quality, benefits, access, account, balance и др.

2. Метафоры. Метафоры встречаются в английских пресс-релизах не так часто. Метафоризация текста способствует расширению смыслового объема слова за счет возникновения переносных значений, что, разумеется, усиливает и экспрессивные свойства текста. А это, как известно, и является одной из важнейших задач рекламных текстов. Например, The factory of the future is already here – фабрика будущего уже здесь, что означает скорое наступление будущего и появление этой фабрики, а key driver in building используется в значении ключевого фактора, а не основного водителя.

3. Метонимия. Метонимия – прием замены одного слова другим, смежным по значению. Например: A reference in the energy sector in France, this software offers a unique computer-aided assessment of mechanical, thermal, metallurgical and chemical phenomena encountered in welding, assembly and heat treatment processes. Программное обеспечение, являющееся эталоном в

энергетическом секторе Франции, предлагает уникальную компьютерную оценку механических, термических, металлургических и химических явлений, возникающих в процессах сварки, сборки и термической обработки. На самом деле, здесь имеется в виду, что не программное обеспечение предлагает, а компания ESI Group.

4. Эпитеты. Эпитетами подчеркивают тот или иной признак предмета, выражают свое отношение к нему. Например, в финансовых пресс-релизах, они используются очень часто: leading innovator, key manager, light-weighting goals, disruptive innovations и др. Если эпитет употребляется с тем или иным словом постоянно, то он постепенно перерастает в клише (речевой штамп). Например: outstanding partner – используется в бизнес сфере. Local support, данное определение переросло в политический штамп. Key accounts – используется в банковской сфере.

5. Сравнения. В английских финансовых пресс-релизах широко распространено употребление сравнений. Например, с помощью сравнительной конструкции as ... as ... , as early as possible, as well as civil society players, as good as real.

6. Анафора. Следующее предложение начинается с того же слово, что и предыдущее предложение. Например, повторение одинаковых слов можно увидеть в следующих предложениях: Our mission is to help companies do it in a smart, cost-effective, and sustainable way. Our common CSR vision was a decisive point for our partnership with ESI., ESI Group is awarded first prize of the Gaïa campaign 2018 for the third year in a row. ESI Group has been awarded first prize in the Gaïa campaign 2018 for midcaps with annual revenues under €150m. ESI Group (FR0004110310 – ESI), leader and pioneer in virtual prototyping solutions, has been awarded first prize in the Gaïa campaign 2018 for midcaps with annual revenues under €150m., Revenue from Licenses rose 4.7% year-on-year to €39.4 million, reflecting a good performance and solidity of the repeat business which grew by 7.0% at constant exchange rates, with a repeat rate of 85.1%, while new business was down by 5.3% at constant rates. Revenue from

Services was down by 3.7% to €13.8 million due to the cyclical nature of this activity.

7. «Модные словечки». К. А. Власова и М. Н. Титова выявили данный прием в Оксфордском словаре, обозначив его особым родом новых слов и речевых конструкций, часто используемых в коммерции, пропаганде и профессиональной деятельности для оказания впечатления, и для придания важности, уникальности или новизны. В английском языке их часто называют «fad words». Приведем несколько примеров: Virtual Reality – это выражение широко используется в повседневной жизни не только взрослых людей или работников, владеющих навыками ПК, но и детей, так как на данный момент множество игр связаны с виртуальной реальностью, live demonstrations – демонстрации в режиме реального времени применяются в разных сферах, это могут быть трансляции лекций, футбольных матчей или онлайн курсы.

Таким образом, анализ текстов финансовых пресс-релизов позволяет выявить наличие в каждом примере лид-абзацев и основных частей сообщения, где в начале финансовых пресс-релизов расположена информация о месте и дате информационного повода, в дальнейшем идет предоставление краткой тематической информации, которая формирует представление о дальнейшем содержании финансового пресс-релиза. Также для текстов финансовых пресс-релизов характерно использование публицистического стиля, то есть художественно-выразительных средств: финансовая рекламная лексика, метафора, метонимия, эпитеты, сравнения, анафора, «модные словечки». Для официально делового стиля характерно активное использование числительных, финансовой терминологии, аббревиатур, наименования широко известных компаний и аналитических таблиц.

## **2.2. Анализ перевод текстов финансовых пресс-релизов с английского на русский язык**

В результате практической работы были переведены с английского языка на русский язык тексты финансовых пресс-релизов компании ESI Group, объем которых составляет 100 тысяч знаков с пробелами.

Прежде чем перейти к рассмотрению лингвистических особенностей выявленных при переводе, в процессе работы также возникали сложности технического характера. Это проблемы с форматированием, которые вызвали некоторые тексты финансовых пресс-релизов, включающие таблицы в формате "PNG". Как известно текстовый редактор Microsoft Word не включает разнообразие дополнительных функций для эффективной работы с данным форматом. Также проблемы с расположением текста перевода, так как он должен соответствовать расположению текста в оригинале. Это осложнение вызвано тем, что русский текст длиннее примерно на 10% чем английский. Ниже представлены некоторые таблицы из текстов оригинала и текстов перевода в сопоставительном виде (см. Рис. 3-5), для того чтобы продемонстрировать вышеизложенные сложности.



Event	Date
2018 Full Year Sales	March 7 <sup>th</sup> , 2019
2018 Full Year Results	April 15 <sup>th</sup> , 2019
2019 First Quarter Sales	May 28 <sup>th</sup> , 2019
Annual General Meeting	July 18 <sup>th</sup> , 2019
2019 Half Year Sales and Results	September 19 <sup>th</sup> , 2019
2019 Third Quarter Sales	November 19 <sup>th</sup> , 2019

Событие	Дата
2018 Продажи года	7 Марта 2019
2018 Итоги года	15 Апреля 2019
2019 Продажи в первом квартале	28 Мая 2019
Ежегодное общее собрание	18 Июля 2019
2019 Полугодовые продажи и результаты	19 сентября 2019
2019 продажи в третьем квартале	19 ноября 2019

Рис. 3. Анализ событий компании ESI Group (текст оригинала и их перевод)

Years ended January 31 (unaudited figures).  
The third quarter ends on October 31.

€ millions	Q3 2014	Q3 2013	% chg.	Var. % (cer*)	9 months 2014	9 months 2013	% chg.	Var. % (cer*)
Licenses	12.8	12.7	+0.8%	+0.5%	42.5	42.6	-0.2%	+2.2%
Services	6.5	6.8	-4.4%	-5.4%	19.5	21.3	-8.3%	-7.0%
Total	19.4	19.6	-1.0%	-1.6%	62.0	63.8	-2.9%	-0.9%

\* cer: at constant exchange rates

Года, закончившиеся 31 января (непроверенные данные).  
Третий квартал заканчивается 31 октября.

€ миллионы	3 кв. 2014	3 кв. 2013	изм. %	Вар. % (фоз*)	9 месяцев 2014	9 месяцев 2013	изм. %	Вар. % (фоз*)
Лицензии	12,8	12,7	+0,8%	+0,5%	42,5	42,6	-0,2%	+2,2%
Сервисы	6,5	6,8	-4,4%	-5,4%	19,5	21,3	-8,3%	-7%
Всего	19,4	19,6	-1%	-1,6%	62	63,8	-2,9%	-0,9%

\* формула оценки затрат по постоянным обменным курсам

Рис. 4. Финансовые показатели компании ESI Group (текст оригинала и их перевод)

In € millions	Q3 2016	Q2 2016	Q1 2016	Q3 2015	Q2 2015	Q1 2015
Licenses	19.5	20.6	19.5	14.9	17.6	17.1
Services	7.4	7.9	7.9	6.4	6.7	7.0
Total	26.9	28.6	27.4	21.4	24.3	24.1

В миллионах €	3 кв. 2016	2 кв. 2016	1 кв. 2016	3 кв. 2015	2 кв. 2015	1 кв. 2015
Лицензии	19,5	20,6	19,5	14,9	17,6	17,1
Сервисы	7,4	7,9	7,9	6,4	6,7	7
Всего	26,9	28,6	27,4	21,4	24,3	24,1

**Рис. 5.** Финансовые показатели компании ESI Group (текст оригинала и их перевод)

Перейдем к рассмотрению материала текстов финансовых пресс-релизов компании «ESI Group». При переводе данного документа была выявлена следующая специфика перевода.

Для начала нужно составить глоссарий, то есть создать список слов и выражений, часто употребляемых в финансовой сфере, например, наименования должностей, процессы или слова чаще всего используемые в финансовых пресс-релизах. Также в глоссарий следует выписать всевозможные аббревиатуры из текстов финансовых пресс-релизов и найти их полные значения.

После составления глоссария, необходимо внимательно прочитать тексты финансовых пресс-релизов и понять, о чем именно в каждом пресс-релизе идет речь, чтобы знать, какие дополнительные ресурсы нужно изучить, и какие еще можно добавить выражения и словосочетания.

При переводе финансовых пресс-релизов я придерживалась вышесказанной последовательности и в первую очередь составила глоссарий в системе автоматизированного перевода «SmartCAT» с терминами и

словосочетаниями для данной сферы, что помогло облегчить процесс перевод. В глоссарии использовались такие простые экономические термины, как *industrial* – промышленный, *exchange rate* – обменный курс, *transaction statement* – отчет о сделке, *value* – ценность. Это действительно упростило работу с переводом, так как общие термины в текстах употреблялись много раз и подобрать подходящий эквивалент не вызывало трудностей.

Также при переводе помогло изучение дополнительных ресурсов, например, каждый финансовый пресс-релиз имел определенную тематику. В одном использовались термины, касающиеся изобретения виртуальной реальности и поэтому сам термин *Virtual Reality* и подобные ему (*Augmented Reality* – Дополненная реальность, *Virtual Prototyping* – Виртуальное прототипирование, *Digital Transformation* – Цифровое преобразование) неоднократно использовались в тексте. Слова, касающиеся самого процесса создания: *assembly* – сборка, *disassembly* – разборка, *tooling* – механическая обработка, *pre-production vehicle* – пробный автомобиль – также не раз использовались. Более того, должности, относящиеся не только к данной сфере, упростили перевод своим частым употреблением в определенных пресс-релизах: *Chairman* – председатель, *CEO* – Генеральный директор, *Vice President* – Вице-Президент, *Managing Director* – Управляющий Директор.

Предварительное изучение полного значения аббревиатур также стало еще одним пунктом в упрощении перевода. Например, *AR* – *Augmented Reality* – дополненная реальность, *VR* – *Virtual Reality* – виртуальная реальность, *BRIC countries* – *Brazil, Russia, India, China* – Страны Брик – Бразилия, Россия, Индия и Китай (одна стадия экономического развития), *PLM*– *Product Lifecycle Management* – управление жизненным циклом продукта, *PPL* – *Product Performance Lifecycle* – жизненный цикл производительности продукта.

При переводе текстов финансовых пресс-релизов был неоднократно использован подбор эквивалентов для максимальной четкости и точности, так

как большинство терминов было найдено в толковых словарях на английском и русском языке.

Кроме того, были использованы различные трансформации при переводе художественно-выразительных средств из текстов финансовых пресс-релизов, количество которых составляет 201 пример.

Финансовая рекламная лексика. Проанализировав тексты финансовых пресс-релизов, было найдено 100 примеров рекламной лексики (см. Приложение), что превышает количество найденных других средств, следовательно, финансовая рекламная лексика является одним из наиболее используемых художественно-выразительных средств. При переводе данного художественного средства был использован подбор эквивалента для 85 примеров рекламной лексики, что означает его преобладание над другими способами перевода. Приведем пример данного перевода: *benefits – преимущества, access – доступ, account – счет, balance – баланс, consumers – потребители*. Прием калькирование (создание нового слова или устойчивого сочетания в языке перевода) 8 раз. Пример: *world leading – мировой поставщик, moderate average growth – умеренный средний рост*. Следующий по употреблению – прием перестановки, который был использован всего 6 раз. Прием перестановка это изменение расположения (порядка следования) языковых элементов в тексте перевода по сравнению с текстом подлинника, связанный с различием в строе (порядке слов) предложения в английском и русском языках. Например, *business – средний рост бизнеса, capitalization of development costs – капитализация затрат на разработку, product mix – ассортимент продукции*. Добавление – 1 раз, используется в переводах при передаче значения сочетаний иного типа. Например, *undermine the Group's business momentum – подорвать бизнес-импульс компании ESI Group*. И 1 раз использовалась трансформация модуляция, при которой осуществляется замена слова или словосочетания исходного языка единицей языка перевода, значение которой логически выводится из значения исходной единицы. Например, *sales came – в продажу поступило*.

Метафоры. В текстах финансовых пресс-релизов было найдено 13 примеров метафор, что в несколько раз меньше, предыдущего средства (см. Приложение). На первом месте при переводе, как и в рекламной лексике, стоит подбор эквивалента, который использовался целых 5 раз. Например, *deep knowledge – глубокое познание, wide recognition – широкое признание, smart manufacturing – умное производство*. На втором месте синтаксическое уподобление (нулевая трансформация), которое использовалось 3 раза. Например, *the factory of the future is already here – фабрика будущего уже близко*. Третье место занимают трансформации – модуляция (при которой в структуре происходят наибольшие изменения и добавляются все или почти все новые компоненты) и антонимический перевод (замена утвердительной формы в оригинале на отрицательную в переводе или, наоборот, отрицательной на утвердительную) используемые по 2 раза. Пример модуляции: *a key driver in building – ключевой фактор в строительстве, the midst our transformation – в разгар нашей трансформации*. Антонимический перевод: *work in progress – незавершенная работа, try to stay in the race for innovation – пытаться не проиграть в гонке за инновациями*. Прием опущение использовался 1 раз: *building on a strongly established and growing solid installed base... – основываясь на прочной и постоянно растущей базе....* В примере при переводе было опущено слово *established*. Прием перестановка тоже был использован один раз (изменение порядка слов в связи с нормами разных языков) – *building on a strongly established and growing solid installed base... – основываясь на прочной и постоянно растущей базе....*

Метонимия. В текстах финансовых пресс-релизов было найдено 3 примера данного художественно-выразительного средства (см. Приложение). Чаще всего при переводе одного примера употреблялись разные способы перевода, потому как нужно было переводить предложение целиком. Самый используемый способ это синтаксическое уподобление, используемый 3 раза, данный способ присутствует в каждом примере: *The good third-quarter*

*performance offset the commercial slowdown in the first-half. – Хорошие показатели в третьем квартале компенсировали замедление роста торговли в первом полугодии.; We are delighted with the success of this transaction, which demonstrates the strength of our relationships with our financial partners. – Мы в восторге от успеха этой сделки, которая демонстрирует прочность наших отношений с нашими финансовыми партнерами.* Прием перестановка использовался 2 раза, выделенные слова в оригинале были переставлены местами при переводе из-за норм ПЯ. Например, *A reference in the energy sector in France, this software offers a unique computer-aided assessment of mechanical, thermal, metallurgical and chemical phenomena encountered in welding, assembly and heat treatment processes.* – *Программное обеспечение, являющееся эталоном в энергетическом секторе Франции, предлагает уникальную компьютерную оценку механических, термических, металлургических и химических явлений, возникающих в процессах сварки, сборки и термической обработки.*; *The good third-quarter performance offset the commercial slowdown in the first-half.* – *Хорошие показатели в третьем квартале компенсировали замедление роста торговли в первом полугодии.* Добавление использовалось 1 раз (для точной передачи значения слов): *A reference in the energy sector in France, this software offers a unique computer-aided assessment of mechanical, thermal, metallurgical and chemical phenomena encountered in welding, assembly and heat treatment processes. – Программное обеспечение, являющееся эталоном в энергетическом секторе Франции, предлагает уникальную компьютерную оценку механических, термических, металлургических и химических явлений, возникающих в процессах сварки, сборки и термической обработки.*

Эпитеты. Эпитетов, было найдено 25 примеров (см. Приложение). Всего при переводе данных средств было задействовано 2 способа перевода – подбор эквивалента и калькирование. Самый используемый способ – подбор эквивалента (23 раза). Например, следующие слова были переведены с помощью словарей: *leading innovator* – *ведущий инноватор*, *key manager* –

*главный менеджер, light-weighting goals – легкие цели, disruptive innovations – подрывные инновации. И калькирование 2 раза. Например, being an environmentally friendly player – быть экологически чистым игроком, sophisticated causal models – сложные причинно-следственные модели.*

Сравнение. Данное средство имеет малое количество примеров и является одним из наименьших – всего 3 (см. Приложение). Преобладает также способ подбор эквивалента, использовавшийся 2 раза. Например, следующие словосочетания переведены с помощью словарей: *as early as possible – так рано, как это возможно, as good as real – хорошо так же как по-настоящему.* И такой прием как синтаксическое уподобление (нулевой перевод) был применен 1 раз: *as well as civil society players – хорошо так же как игроки гражданского общества.*

Анафора. Примеров данного средства найдено 7 (см. Приложение). Так как зачастую следует переводить предложения целиком, наблюдалось использование несколько способов в одном примере. Синтаксическое уподобление использовалось 7 раз. Например, с помощью синтаксического уподобления переведены следующие предложения: *Our mission is to help companies do it in a smart, cost-effective, and sustainable way. Our common CSR vision was a decisive point for our partnership with ESI. – Наша миссия состоит в том, чтобы помочь компаниям сделать это умным, экономически эффективным и устойчивым способом. Наше общее видение CSR стало решающим моментом для нашего партнерства с ESI.* Прием перестановка использовался 5 раз при переводе: *ESI Group is awarded first prize of the Gaïa campaign 2018 for the third year in a row. ESI Group has been awarded first prize in the Gaïa campaign 2018 for midcaps with annual revenues under €150m. ESI Group (FR0004110310 – ESI), leader and pioneer in virtual prototyping solutions, has been awarded first prize in the Gaïa campaign 2018 for midcaps with annual revenues under €150m. – ESI Group третий год подряд получает первый приз кампании Gaïa 2018. ESI Group была удостоена первой награды в кампании Gaïa 2018 за средние капиталы с годовым доходом до 150 миллионов евро.*

*ESI Group (FR0004110310 – ESI), лидер и пионер в области решений для виртуального прототипирования, была удостоена первой награды в рамках кампании Gaïa 2018 за средние капитальные вложения с годовым доходом до 150 млн евро. Добавление 2 раза. Например, Revenue from Licenses rose 4.7% year-on-year to €39.4 million, reflecting a good performance and solidity of the repeat business which grew by 7.0% at constant exchange rates, with a repeat rate of 85.1%, while new business was down by 5.3% at constant rates. Revenue from Services was down by 3.7% to €13.8 million due to the cyclical nature of this activity. – Выручка от лицензий выросла на 4,7% в годовом исчислении до 39,4 млн. евро, что отражает хорошие показатели и надежность повторного бизнеса, который вырос на 7,0% при постоянных обменных курсах, с повторным показателем 85,1%, в то время как новый бизнес был на 5,3% при постоянных ставках. Выручка от услуг снизилась на 3,7% до 13,8 млн. Евро из-за циклического характера этой деятельности.; ESI Group is awarded first prize of the Gaïa campaign 2018 for the third year in a row. ESI Group has been awarded first prize in the Gaïa campaign 2018 for midcaps with annual revenues under €150m. ESI Group (FR0004110310 – ESI), leader and pioneer in virtual prototyping solutions, has been awarded first prize in the Gaïa campaign 2018 for midcaps with annual revenues under €150m. – ESI Group третий год подряд получает первый приз кампании Gaïa 2018. ESI Group была удостоена первой награды в кампании Gaïa 2018 за средние капиталы с годовым доходом до 150 миллионов евро. ESI Group (FR0004110310 – ESI), лидер и пионер в области решений для виртуального прототипирования, была удостоена первой награды в рамках кампании Gaïa 2018 за средние капитальные вложения с годовым доходом до 150 млн евро.*

«Модные словечки». В текстах финансовых пресс-релизов было найдено 50 таких художественно-выразительных средств (см. Приложение) Это означает, что это средство находится на втором месте по употреблению. Как и при переводе остальных средств, при переводе модных словечек самый распространенный способ подбор эквивалента 47 раз. Пример перевода,



*catalogue* – каталог, *defects* – дефекты, *brand* – бренд, *tender* – тендер, *level* – уровень. Перестановка 2 раза: *powered by finger tracking* – управление движением пальцев, *live demonstrations* – демонстрации в режиме реального времени. Трансформации калькирование и добавление были использованы по 1 разу. Пример калькирования – *cost-efficient manner* – рентабельный способ. Пример добавления – *live demonstrations* – демонстрации в режиме реального времени.

Итак, анализ текстов финансовых пресс-релизов на английском языке и перевод их на русский язык позволяет сделать вывод, что для адекватного перевода текстов были использованы исключительно общепринятые конструкции и выражения, исключены неоднозначные выражения и грамматические конструкции, также был адаптирован каждый термин и выражение к языку перевода. Для этого потребовалось использовать такие способы, как подбор эквивалента, перестановка, калькирование, добавление, опущение, синтаксическое уподобление, модуляция и антонимический перевод. А самым используемым способом при переводе всех художественно-выразительных средств, как выяснилось, является подбор эквивалента.

### **Выводы по второй главе**

В начале финансового пресс-релиза располагается заголовок, следом лид-абзац, содержащий информацию о месте и дате информационного повода, в дальнейшем идет предоставление краткой тематической информации, которая формирует представление о дальнейшем содержании финансового пресс-релиза и в конце дается дополнительная информация.

Лингвостилистический анализ финансовых пресс-релизов показывает, что использование таких художественно-выразительных средств, как финансовая рекламная лексика, метафора, метонимия, эпитеты, сравнения, анафора, «модные словечки», характерно для данного вида коммуникации. Самые используемые из них средства – это финансовая рекламная лексика и «модные словечки». На втором месте эпитеты. На третьем метафора. Затем

анафора, метонимия и сравнения.

При переводе этих художественно-выразительных средств способ подбор эквивалента является самым применяемым. Второе место занимает трансформация – перестановка. Третье место – синтаксическое уподобление. На четвертом – калькирование. Затем добавление, антонимический перевод, опущение и модуляция.

При переводе особенностей официально–делового стиля был использован подбор эквивалента и транслитерация в случае перевода названий компаний.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пресс-релиз – сообщение для прессы; информационное сообщение, содержащее в себе новость об организации (возможно и частном лице), выпустившей пресс-релиз, изложение её позиции по какому–либо вопросу и передаваемое для публикации в СМИ.

Пресс-релиз делится на восемь типов: анонс, новость, сообщение, экстренное сообщение, ответное сообщение, техническое сообщение, плохие новости, местные новости. Также они подразделяются по форме построения: публикационный пресс-релиз, технический пресс-релиз, пресс-релиз – резюме, пресс-релиз сопроводительной информации, пресс-релиз–объявление.

Основные композиционные особенности пресс релиза должны включать в себя заголовок, подзаголовок (детали), лидирующий абзац, цитаты экспертов, справки.

В настоящее время выделяются пять стилей речи: научный, официально–деловой, публицистический, художественный, разговорный. Однако пресс-релизы относятся только к деловому и публицистическому стилю.

Финансовый пресс-релиз – это краткое информационное сообщение, адресованное инвестиционному сообществу, деловым / финансовым СМИ, регуляторам / биржам, народу и самим сотрудникам. Зачастую финансовые пресс-релизы содержат краткую последовательную и своевременную информацию, убедительные броские цитаты руководства, полную финансовую отчетность (иногда в виде таблиц), обсуждение материальных разработок, объяснение финансовых и операционных результатов и того, что говорят о компании как поставщике и партнере.

В финансовых пресс-релизах выделяются несколько отличительных особенностей от обычных пресс-релизов. Это активное использование числительных, использование финансовой терминологии, использование аббревиатур, наименований компаний, широко известных в

профессиональных финансовых кругах и аналитические таблицы, предоставляющие некие финансовые данные.

Специфика перевода текстов финансовых пресс-релизов заключается в следующем: 1) необходимость учитывать все нюансы первоисточника; 2) для логической, достоверной и точной передачи информации необходимы как лингвистические, так и финансовые знания; 3) тексты полны терминами и каждая сфера имеет свою собственную терминологию; 4) тексты содержат аббревиатуры, что также может вызвать затруднения при переводе; 5) правильное использование трансформаций также является главным аспектом хорошего перевода.

Наиболее часто используемые в финансовых пресс-релизах художественно-выразительные средства: финансовая рекламная лексика, метафора, метонимия, эпитеты, сравнения, анафора, «модные словечки». Что касается официально-делового стиля это активное использование числительных, финансовой терминологии, аббревиатур, наименования широко известных компаний и аналитических таблиц.

Самые используемые художественно-выразительных средства – это финансовая рекламная лексика и «модные словечки». На втором месте эпитеты. На третьем метафора. Затем анафора, метонимия и сравнения.

При переводе этих художественно-выразительных средств способ подбор эквивалента является самым применяемым. Второе место занимает трансформация – перестановка. Третье место – синтаксическое уподобление. На четвертом – калькирование. Затем добавление, антонимический перевод, опущение и модуляция.

При переводе особенностей официально-делового стиля был использован подбор эквивалента и транслитерация в случае перевода названий компаний.

Самостоятельно выполненный перевод текстов финансовых пресс-релизов с английского языка на русский позволил выявить следующие обязательные этапы перевода: 1) составить глоссарий, 2) выписать

всевозможные аббревиатуры из текстов финансовых пресс-релизов и найти их полные значения, 3) изучить тематику анализируемых текстов финансовых пресс-релизов, 4) подобрать эквивалент из целого ряда вариантов перевода, 5) подобрать способ перевода (трансформации).

Стоит отметить, что перевод данного типа текста вызвал ряд сложностей, таких как: подбор правильного эквивалента на русском языке, так как одно слово в финансовой сфере имело множество значений, и поэтому нужно было искать его в контекстах, а также сложность составили аналитические таблицы формата “PNG” и подбор соответствующей трансформации при переводе средств метонимии и анафоры.

Итак, для перевода текстов финансовых пресс-релизов переводчику необходимо не только отличное владение языками, но и умение разбираться в тех сферах и отраслях, в которых осуществляется перевод.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Апетян М. К. Ложные друзья переводчика в английском языке // Молодой ученый. №14. 2014. С. 91-93.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода. М. : Международные отношения, 1975. 240 с.
3. Белянин В. П. Психолингвистические аспекты художественного текста. М. : Изд-во МГУ, 1988. 123 с.
4. Брандес М. П. Стилль и перевод: учебное пособие. М. : Высш. шк., 1988. 127 с.
5. Вечедова А. Д., Алигаджиева Н. У. Особенности перевода финансово-экономической лексики в разносистемных языках в работе со студентами неязыковых факультетов // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Психолого-педагогические науки. 2012. № 4 (21). С. 1-7.
6. Васильева А. Н. Основы культуры речи. М. : Русский язык, 1990. 247 с.
7. Данилина Ю. С. Особенности перевода терминологических конструкций и лексико-терминологических заимствований в научнотехнических текстах (на материале английской машиностроительной терминологии) // Омский научный вестник. 2014. № 3. С. 112-115.
8. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода. М. : ЧеРо, 1999. 136 с.
9. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение: учебное пособие. М. : ЭТС, 2002. 424 с.
10. Кривоносов А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. 2-е изд. СПб., 2002. 288 с.
11. Латышев Л. К. Технология перевода [Текст]: учебное пособие по подготовке переводчиков. М., 2000. 280 с.
12. Левицкая Т. Р., Фитерман А. М. Теория и практика перевода с английского на русский. М. : Изд-во литературы на иностранных языках, 1963. 125 с.

13. Мамиконян К. Основные типологические характеристики деловой журналистики // Медиаальманах. 2012. №5. С. 29-32.
14. Минюк А. В. Лингвопрагматические проблемы перевода метафоры в текстах pr-дискурса // Вестник ВолГУ. Серия 9. Вып. 14. 2016. С. 168-173.
15. Назайкин А. Н. Медиарилейшнз на 100%. Искусство взаимодействия с прессой. М. : Альпина Паблишер, 2010. 412 с.
16. Николаева А. А. Особенности экономического перевода [Электронный ресурс]. URL: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2010/pdf/14/9201.pdf> (дата обращения: 12.03.2019).
17. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. М. : Валент, 2007. 237 с.
18. Роляк И. Л. Многофакторная модель обучения польских специалистов русскому языку делового общения : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.02. Москва, 2015. 491 с.
19. Рыженкова А. А. Авторские преобразования устойчивых сравнений как проблема перевода // Вестник СПбГУ. Сер. 9. Вып. 4. 2009. С. 127-132.
20. Скрипаль А. А. Метафора как характеристика политического дискурса // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9. Вып. 9. 2011. С. 36-38.
21. Татарина Г. Н. Управление общественными отношениями: учебник для вузов. СПб. : Питер, 2004. 172 с.
22. Шукалович Т. М., Занковец О. В. Стилистические особенности общественно-политических текстов и способы их передачи на русский язык (на материале английского и немецкого языков) // Иностранные языки: инновации, перспективы исследования и преподавания : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 22-23 марта 2018 г. Минск : БГУ, 2018. С. 387-391.
23. Brenner C. 7 Different Types of Press Releases and How They Each

Work. URL: <https://learn.g2crowd.com/types-of-press-releases> (date of the application: 13.03.19)

24. Morgan J. P. FINANCIAL REPORTING. URL: [https://www.jpmorgan.com/cm/BlobServer/Financial\\_Reporting.pdf?blobkey=id&blobwhere=1158591834040&blobheader=application/pdf&blobheadername1=Cache-Control&blobheadervalue1=private&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs](https://www.jpmorgan.com/cm/BlobServer/Financial_Reporting.pdf?blobkey=id&blobwhere=1158591834040&blobheader=application/pdf&blobheadername1=Cache-Control&blobheadervalue1=private&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs) (date of the application: 20.04.19)

### **Словари и энциклопедии**

25. Англо-русский финансовый толковый словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.perfekt.ru/dictionaries/fin2.html>

26. Жеребило Т. В. Термины и понятия лингвистики: Общее языкознание. Социоллингвистика: словарь-справочник. Назрань: ООО «Пилигрим», 2011. 280 с.

27. Лагута О. Н. Учебный словарь стилистических терминов. Новосибирск: Новосибирский государственный университет, 1999. 71 с.

28. Нелюбин Л. Л. Толковый переводоведческий словарь. 3-е издание, переработанное. М. : Флинта: Наука. 2003. 320 с.

29. АBBYY Lingvo [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lingvolive.com/ru-ru>

30. Cambridge Advanced Learner's Dictionary. 3d ed. Cambridge University Press, 2008.

### **Иллюстративный материал**

31. IG Seismic Services PLC [Электронный ресурс]. URL: <http://igseis.com/docs/default-source/press-releases/ig-seismic-services-plc-%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5-%D1%80%D0%B5%D0%B7%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8B-%D0%B7%D0%B0-12-%D0%BC%D0%B5%D1%81%D1%8F%D1%86%D0%B5%D0%B2-2015->



[%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B0-ru.pdf?sfvrsn=4%20](#) (дата обращения: 29.04.2019).

32. ESI Group websites [Электронный ресурс]. URL: <https://www.esi-group.com/company/investors/news/financial-press-releases> (дата обращения: 29.04.2019).

**Способы перевода художественно-выразительных средств текстов  
финансовых пресс-релизов с английского на русский язык**

<b>Характеристика</b>	<b>Пример</b>	<b>Перевод</b>	<b>Способ перевода</b>
1. Финансовая рекламная лексика	1. consumers	1. потребители	1. подбор эквивалента
	2. productivity	2. продуктивность	2. подбор эквивалента
	3. product quality	3. качество продукции	3. подбор эквивалента
	4. benefits	4. преимущества	4. подбор эквивалента
	5. access	5. доступ	5. подбор эквивалента
	6. account	6. счет	6. подбор эквивалента
	7. balance	7. баланс	7. подбор эквивалента
	8. world leading	8. мировой поставщик	8. калькирование
	9. value	9. ценность	9. подбор эквивалента
	10. strategy	10. стратегия	10. подбор эквивалента
	11. quality	11. качество	11. подбор эквивалента
	12. productivity	12. производительность	12. подбор эквивалента
	13. partnership	13. партнерство	13. подбор эквивалента
	14. goal	14. цель	14. подбор эквивалента
	15. expertise	15. знания и опыт	15. подбор эквивалента
	16. distribution	16. распространение	16. подбор эквивалента
	17. capability	17. возможность	17. подбор эквивалента
	18. assurance	18. гарантия	18. подбор эквивалента
	19. acquisition	19. приобретение	19. подбор эквивалента
	20. sales	20. продажи	20. подбор эквивалента
	21. revenue	21. выручка	21. подбор эквивалента
	22. press releases	22. пресс-релизы	22. подбор

		эквивалента
23. develop	23. развивать	23. подбор эквивалента
24. customer	24. клиент	24. подбор эквивалента
25. partners	25. партнеры	25. подбор эквивалента
26. excellence	26. превосходство	26. подбор эквивалента
27. low income	27. низкий уровень дохода	27. подбор эквивалента
28. percentage	28. процентность	28. подбор эквивалента
29. credit line	29. кредитная линия	29. подбор эквивалента
30. good performance	30. хорошая производительность	30. подбор эквивалента
31. trend	31. тенденция	31. подбор эквивалента
32. investment	32. инвестиции	32. подбор эквивалента
33. sales came	33. в продажу поступило	33. модуляция
34. services	34. услуги	34. подбор эквивалента
35. total order intake	35. общий объем заказа	35. подбор эквивалента
36. business models	36. бизнес-модели	36. подбор эквивалента
37. business average growth	37. средний рост бизнеса	37. перестановка
38. double-digit growth rates	38. двузначные темпы роста	38. перестановка
39. moderate average growth	39. умеренный средний рост	39. калькирование
40. long-term investments	40. долгосрочные инвестиции	40. подбор эквивалента
41. good level of profitability	41. хороший уровень рентабельности	41. калькирование
42. innovation activity	42. инновационная деятельность	42. подбор эквивалента
43. improvement of the gross margin	43. улучшение валовой прибыли	43. калькирование
44. progression	44. прогресс	44. подбор эквивалента
45. capitalization of development costs	45. капитализация затрат на разработку	45. перестановка
46. cutting-edge	46. передовые	46. подбор

	technologies	технологии	эквивалента
	47. lifecycle	47. жизненный цикл	47. подбор эквивалента
	48. control performance	48. контроль производительности	48. подбор эквивалента
	49. measure	49. измерение	49. подбор эквивалента
	50. drive	50. привод	50. подбор эквивалента
	51. publication	51. публикация	51. подбор эквивалента
	52. repeat business	52. возобновить бизнес	52. подбор эквивалента
	53. automakers	53. автопроизводители	53. подбор эквивалента
	54. booking	54. бронирование	54. подбор эквивалента
	55. design	55. проектирование	55. подбор эквивалента
	56. be able to track	56. иметь возможность отслеживать	56. подбор эквивалента
	57. unlock	57. разблокировать	57. подбор эквивалента
	58. reduce down time	58. сократить время простоя	58. калькирование
	59. long-term stakes	59. долгосрочные ставки	59. подбор эквивалента
	60. refocus	60. переориентация	60. подбор эквивалента
	61. robust business	61. устойчивый бизнес	61. подбор эквивалента
	62. amplification	62. усиление	62. подбор эквивалента
	63. political situation	63. политическая ситуация	63. подбор эквивалента
	64. product mix	64. ассортимент продукции	64. перестановка
	65. undermine the Group's business momentum	65. подорвать бизнес-импульс компании ESI Group	65. перестановка, добавление
	66. slight increase	66. незначительное увеличение	66. подбор эквивалента
	67. recurring revenue	67. периодическая выручка	67. подбор эквивалента

68. high-end projects	68. проекты высокого класса	68. перестановка
69. operating costs	69. эксплуатационные расходы	69. подбор эквивалента
70. non-recurrent expenses	70. единовременные расходы	70. подбор эквивалента
71. dynamic activity	71. динамичная деятельность	71. подбор эквивалента
72. transition year	72. переходный год	72. подбор эквивалента
73. buoyant increase	73. плавучее увеличение	73. подбор эквивалента
74. hedging instruments	74. инструменты хеджирования	74. подбор эквивалента
75. tax burden	75. налоговое бремя	75. подбор эквивалента
76. tax risks	76. налоговые риски	76. подбор эквивалента
77. limited currency impact	77. ограниченное валютное воздействие	77. подбор эквивалента
78. cutting-edge of innovation	78. передовые инновации	78. подбор эквивалента
79. high value-added	79. высокая добавленная стоимость	79. калькирование
80. international competition	80. международная конкуренция	80. подбор эквивалента
81. expanded offer	81. расширенное предложение	81. подбор эквивалента
82. breakdown of quarterly sales	82. распределение квартальных продаж	82. калькирование
83. distribution operations	83. дистрибьюторские операции	83. подбор эквивалента
84. strategic marketing	84. стратегический маркетинг	84. подбор эквивалента
85. board	85. совет	85. подбор эквивалента
86. doctorate	86. докторская степень	86. подбор эквивалента
87. proven track record	87. послужной список	87. подбор эквивалента
88. go-to-market strategy	88. стратегия выхода на рынок	88. подбор эквивалента
89. operational marketing	89. операционный маркетинг	89. подбор эквивалента
90. international	90. международный	90. подбор

	profile	профиль	эквивалента
	91. promoting the competitiveness	91. стимулирование конкурентоспособности	91. подбор эквивалента
	92. leading roles	92. ведущие роли	92. подбор эквивалента
	93. competitive strengths	93. конкурентные преимущества	93. подбор эквивалента
	94. flexible systems	94. гибкие системы	94. подбор эквивалента
	95. highest level	95. высший уровень	95. подбор эквивалента
	96. collaboration	96. сотрудничество	96. подбор эквивалента
	97. launch	97. запуск	97. подбор эквивалента
	98. continuous workflows	98. непрерывные рабочие процессы	98. калькирование
	99. next generation	99. следующее поколение	99. подбор эквивалента
	100. shop floor	100. цех	100. подбор эквивалента
2. Метафоры	1. the factory of the future is already here	1. фабрика будущего уже близко	1. синтаксическое уподобление
	2. a key driver in building	2. ключевой фактор в строительстве	2. модуляция
	3. deep knowledge	3. глубокое познание	3. подбор эквивалента
	4. the midst our transformation	4. в разгар нашей трансформации	4. модуляция
	5. wide recognition	5. широкое признание	5. подбор эквивалента
	6. partnered closely	6. тесно сотрудничать	6. подбор эквивалента
	7. smart manufacturing	7. умное производство	7. подбор эквивалента
	8. smart factory	8. умная фабрика	8. подбор эквивалента
	9. Building on a <u>strongly established</u> and growing solid installed base...	9. Основываясь на <u>прочной</u> и постоянно растущей базе...	9. опущение, перестановка
	10. this approach is gaining traction	10. этот подход набирает обороты	10. синтаксическое уподобление
	11. the fruit of 30 years of targeted innovation strategy and many international partnerships	11. плод 30-летней целевой инновационной стратегии и многих международных партнерств	11. синтаксическое уподобление

	12. try to stay in the race for innovation	12. пытаться не проиграть в гонке за инновациями	12. антонимический перевод
	13. work in progress	13. незавершенная работа	13. антонимический перевод
3. Метонимия	1. A reference in the energy sector in France, this software offers a unique computer-aided assessment of mechanical, thermal, metallurgical and chemical phenomena encountered in welding, assembly and heat treatment processes.	1. Программное обеспечение, являющееся эталоном в энергетическом секторе Франции, предлагает уникальную компьютерную оценку механических, термических, металлургических и химических явлений, возникающих в процессах сварки, сборки и термической обработки.	1. синтаксическое уподобление, добавление, перестановка
	2. We are delighted with the success of this transaction, which demonstrates the strength of our relationships with our financial partners.	2. Мы в восторге от успеха этой сделки, которая демонстрирует прочность наших отношений с нашими финансовыми партнерами.	2. синтаксическое уподобление
	3. The good third-quarter performance offset the commercial slowdown in the first-half.	3. Хорошие показатели в третьем квартале компенсировали замедление роста торговли в первом полугодии.	3. синтаксическое уподобление, перестановка
4. Эпитеты	1. <u>leading</u> innovator	1. ведущий инноватор	1. подбор эквивалента
	2. key manager	2. главный менеджер	2. подбор эквивалента
	3. light-weighting goals	3. легкие цели	3. подбор эквивалента
	4. <u>disruptive</u> innovations	4. подрывные инновации	4. подбор эквивалента

	5. <u>outstanding</u> partner	5. выдающийся партнер	5. подбор эквивалента
	6. <u>local</u> support	6. местная поддержка	6. подбор эквивалента
	7. being an environmentally friendly player	7. быть экологически чистым игроком	7. калькирование
	8. <u>extensive</u> expertise	8. обширный опыт	8. подбор эквивалента
	9. <u>key</u> accounts	9. ключевые счета	9. подбор эквивалента
	10. <u>cash</u> position	10. денежная позиция	10. подбор эквивалента
	11. <u>net</u> debt	11. чистая задолженность	11. подбор эквивалента
	12. <u>latest</u> stories	12. последние истории	12. подбор эквивалента
	13. <u>existing</u> customers	13. существующие клиенты	13. подбор эквивалента
	14. sophisticated causal models	14. сложные причинно-следственные модели	14. калькирование
	15. <u>last</u> effects	15. последние последствия	15. подбор эквивалента
	16. <u>difficult</u> environment	16. сложная обстановка	16. подбор эквивалента
	17. <u>solid</u> growth	17. солидный рост	17. подбор эквивалента
	18. <u>good</u> control	18. хороший контроль	18. подбор эквивалента
	19. <u>favorable</u> orientation	19. благоприятная ориентация	19. подбор эквивалента
	20. <u>fine</u> performance	20. прекрасная производительность	20. подбор эквивалента
	21. <u>geographic</u> mix	21. географическое сочетание	21. подбор эквивалента
	22. <u>exceptional</u> performance	22. исключительная производительность	22. подбор эквивалента
	23. inexorable transformation	23. неумолимое преобразование	23. подбор эквивалента
	24. <u>civil</u> engineering	24. гражданское строительство	24. подбор эквивалента
	25. <u>geographic</u> areas	25. географические районы	25. подбор эквивалента
5. Сравнение	1. as early as possible	1. так рано как это возможно	1. подбор эквивалента
	2. as well as civil society players	2. хорошо так же как игроки	2. синтаксическое уподобление,



		гражданского общества	перестановка
	3. as good as real	3. хорошо так же как по-настоящему	3. подбор эквивалента
6. Анафора	1. <u>Our mission is to help companies do it in a smart, cost-effective, and sustainable way. Our common CSR vision was a decisive point for our partnership with ESI.</u>	1. Наша миссия состоит в том, чтобы помочь компаниям сделать это умным, экономически эффективным и устойчивым способом. Наше общее видение CSR стало решающим моментом для нашего партнерства с ESI.	1. синтаксическое уподобления, перестановка
	2. <u>ESI Group is awarded first prize of the Gaïa campaign 2018 for the third year in a row. ESI Group has been awarded first prize in the Gaïa campaign 2018 for midcaps with annual revenues under €150m. ESI Group (FR0004110310 – ESI), leader and pioneer in virtual prototyping solutions, has been awarded first prize in the Gaïa campaign 2018 for midcaps with annual revenues under €150m.</u>	2. ESI Group третий год подряд получает первый приз кампании Gaïa 2018. ESI Group была удостоена первой награды в кампании Gaïa 2018 за средние капиталы с годовым доходом до 150 миллионов евро. ESI Group (FR0004110310 – ESI), лидер и пионер в области решений для виртуального прототипирования, была удостоена первой награды в рамках кампании Gaïa 2018 за средние капитальные вложения с годовым доходом до 150 млн евро.	2. синтаксическое уподобление, перестановка, добавление

	<p>3. <u>Revenue from Licenses</u> rose 4.7% year–on–year to €39.4 million, reflecting a good performance and solidity of the repeat business which grew by 7.0% at constant exchange rates, with a repeat rate of 85.1%, while new business was down by 5.3% at constant rates.</p> <p><u>Revenue from Services</u> was down by 3.7% to €13.8 million due to the cyclical nature of this activity.</p>	<p>3. Выручка от лицензий выросла на 4,7% в годовом исчислении до 39,4 млн. Евро, что отражает хорошие показатели и надежность повторного бизнеса, который вырос на 7,0% при постоянных обменных курсах, с повторным показателем 85,1%, в то время как новый бизнес был на 5,3% при постоянных ставках. Выручка от услуг снизилась на 3,7% до 13,8 млн. Евро из–за циклического характера этой деятельности.</p>	<p>3. синтаксическое уподобление, добавление</p>
	<p>4. <u>What would be the best orientation / support strategy? What will be the impact on part integrity, including part distortion and residual stresses?</u></p>	<p>Какова будет наилучшая стратегия ориентации / поддержки? Каково будет влияние на целостность детали, включая искажение детали и остаточные напряжения?</p>	<p>4. синтаксическое уподобление, перестановка</p>
	<p>5. <u>This</u> is the third year in a row ESI has won first prize in this category and it keeps its place in the index which singles out the 70 top–rated companies in the CSR domain. <u>This</u> award recognizes the efforts undertaken by ESI to continuously improve its commitment to social, societal and environmental</p>	<p>5. Это уже третий год подряд ESI занимает первое место в этой категории и сохраняет свое место в индексе, который выделяет 70 топ–рейтинговых компаний в домене CSR. Эта премия присуждается в знак признания усилий,</p>	<p>5. синтаксическое уподобление, перестановка</p>

	responsibility.	предпринимаемых ESI для постоянного повышения своей приверженности социальной, социальной и экологической ответственности.	
	6. <u>As</u> part of its financing policy, the Group secured a €40 million syndicated credit line from a consortium of leading European banks, replacing the 2015 agreement. <u>As</u> at January 31, 2019, ESI Group held 6.5% of its share capital in treasury shares.	6. В рамках своей финансовой политики Группа обеспечила синдицированную кредитную линию в размере 40 миллионов евро от консорциума ведущих европейских банков, заменив соглашение 2015 года. По состоянию на 31 января 2019 года компания ESI Group владела 6,5% своего уставного капитала в казначейских акциях.	6. синтаксическое уподобление, перестановка
	7. <u>By</u> launching at the right time its own in depth technological and organizational transformation... <u>By</u> systematically integrating cutting-edge technologies...	7. Запустив в нужное время свою собственную глубокую технологическую и организационную трансформацию... На систематической основе интеграции передовых технологий...	7. синтаксическое уподобление
7. Модные словечки	1. virtual reality	1. виртуальная реальность	1. подбор эквивалента
	2. global ecosystem	2. глобальная экосистема	2. подбор эквивалента
	3. digital transformation	3. цифровое преобразование	3. подбор эквивалента
	4. digital innovations	4. цифровые	4. подбор

		инновации	эквивалента
5. live demonstrations	5. демонстрации в режиме реального времени	5. демонстрации в режиме реального времени	5. перестановка, добавление
6. virtual prototyping	6. виртуальное прототипирование	6. виртуальное прототипирование	6. подбор эквивалента
7. augmented reality	7. дополненная реальность	7. дополненная реальность	7. подбор эквивалента
8. simulate	8. имитировать	8. имитировать	8. подбор эквивалента
9. real-time	9. реальное время	9. реальное время	9. подбор эквивалента
10. real-scale	10. реальный масштаб	10. реальный масштаб	10. подбор эквивалента
11. full-sized	11. полноразмерный	11. полноразмерный	11. подбор эквивалента
12. tooling	12. механическая обработка	12. механическая обработка	12. подбор эквивалента
13. pre-production	13. тестовый выпуск	13. тестовый выпуск	13. подбор эквивалента
14. hard-to-see locations	14. труднодоступные места	14. труднодоступные места	14. подбор эквивалента
15. hard-to-reach places	15. труднодоступные места	15. труднодоступные места	15. подбор эквивалента
16. installation processes	16. процессы установки	16. процессы установки	16. подбор эквивалента
17. cost-efficient manner	17. рентабельный способ	17. рентабельный способ	17. калькирование
18. consulting	18. консалтинг	18. консалтинг	18. подбор эквивалента
19. powered by finger tracking	19. управление движением пальцев	19. управление движением пальцев	19. перестановка
20. track record	20. список достижений	20. список достижений	20. подбор эквивалента
21. navigate	21. ориентироваться	21. ориентироваться	21. подбор эквивалента
22. peers	22. коллеги	22. коллеги	22. подбор эквивалента
23. diversify	23. диверсификации	23. диверсификации	23. подбор эквивалента
24. transaction	24. транзакция	24. транзакция	24. подбор эквивалента
25. E-mobility	25. электронная мобильность	25. электронная мобильность	25. подбор эквивалента
26. startups	26. стартапы	26. стартапы	26. подбор эквивалента
27. demo	27. демонстрация	27. демонстрация	27. подбор эквивалента
28. installed base	28. установленная	28. установленная	28. подбор

	база	эквивалента
29. optimization	29. оптимизация	29. подбор эквивалента
30. expert users	30. опытные пользователи	30. подбор эквивалента
31. feedback	31. обратная связь	31. подбор эквивалента
32. user interface	32. пользовательский интерфейс	32. подбор эквивалента
33. staff	33. штат сотрудников	33. подбор эквивалента
34. cash	34. денежные средства	34. подбор эквивалента
35. artificial intelligence	35. искусственный интеллект	35. подбор эквивалента
36. highlight	36. выделять	36. подбор эквивалента
37. in real time	37. в режиме реального времени	37. подбор эквивалента
38. trend	38. тенденция	38. подбор эквивалента
39. virtual manufacturing	39. виртуальное производство	39. подбор эквивалента
40. IT technologies	40. ИТ–технологии	40. подбор эквивалента
41. know-how	41. ноу–хау	41. подбор эквивалента
42. 3D printed	42. 3D печать	42. подбор эквивалента
43. plastic	43. пластик	43. подбор эквивалента
44. label	44. ярлык	44. подбор эквивалента
45. catalogue	45. каталог	45. подбор эквивалента
46. defects	46. дефекты	46. подбор эквивалента
47. brand	47. бренд	47. подбор эквивалента
48. tender	48. тендер	48. подбор эквивалента
49. level	49. уровень	49. подбор эквивалента
50. market	50. рынок	50. подбор эквивалента