

## Динамический аспект машинного перевода банковского рекламного текста

Научный руководитель – Колосов Сергей Александрович

Кузнецова Элина Викторовна

Студент (магистр)

Тверской государственной университет, Тверь, Россия

E-mail: [ellinakuznetsova@mail.ru](mailto:ellinakuznetsova@mail.ru)

В результате развития информационных технологий увеличилось число контактов между людьми, организациями, компаниями, что повлекло за собой востребованность машинного перевода. Постоянные улучшения систем машинного перевода способствуют росту их популярности как среди обычных пользователей, так и среди профессиональных переводчиков.

Машинный перевод (МП) - это процесс перевода текстов с одного естественного языка на другой с помощью специального программного обеспечения без вмешательства человека [2].

Цель данного исследования - оценить динамику изменений в машинном переводе банковского рекламного текста. В рекламных текстах важную роль играет воздействие на потребителя, поэтому передача образных средств должна быть максимально полной. Для банковского текста, как текста специального, важна также точная передача терминов.

Эмпирическим материалом послужили фрагменты русскоязычного текста со страниц «О банке» сайтов Сбербанка, банка «Открытие» и Совкомбанка, а также их машинный перевод на английский язык и перевод с англоязычной версии веб-страниц.

Производилось сравнение текста перевода, выполненного сервисом Google Translate и официальных переводов с сайтов банков. Также анализировался динамический аспект качества перевода с помощью сравнения результатов машинного перевода, полученных в мае 2019 г. (1), ноябре 2019 г. (2) и феврале 2020 г. (3).

При оценке машинного перевода использовалась классификация, в которой различаются неточности и ошибки перевода [1]. Необходимо отметить, что при проверке (1) качество машинного перевода в целом было выше, чем при последующих проверках (2) и (3).

В тексте, выданном системой МП, практически отсутствуют ошибки в переводе лексических единиц. Тем не менее, машинный переводчик неправильно перевёл словосочетание «спортивная» форма в значении физической подготовки. Вторая обнаруженная нами ошибка связана с неправильной передачей конвенциональной аббревиатуры *ц/б*, обозначающей ценные бумаги. Для этого сокращения система МП применила прямой графический перенос. Обе эти ошибки сохранились в текстах (2) и (3).

Третья ошибка заключается в подборе некорректного эквивалента слову *технологичный* - *technological*, которое не сочетается со словом *service*. При этом в проверках (2) и (3) слово *технологичный* было переведено достаточно удачным эквивалентом *technologically advanced*.

В нескольких словосочетаниях значение было передано не полностью. Например, *keeping abreast of* было использовано для перевода словосочетаний *держатъ руку на пульсе* и *шагать в ногу*, для которых необходимо было выбрать разные эквиваленты. В текстах (2) и (3) для этих словосочетаний были использованы эквиваленты *keeping abreast of* и *keeps pace with*, что стилистически представляется более целесообразным и усиливает коммуникативный эффект рекламного текста.

Также были отмечены грамматические ошибки, такие как, например, неправильное употребление предлогов и местоимений, опускание глагольных форм. Так, в предложении *Банк оказывает финансовые услуги наиболее востребованным видам* при переводе

(1) появилась ошибка в употреблении предлога, которая повлекла за собой лексическую ошибку (*The Bank provides financial services **to** the most sought-after **species***). В текстах (2) и (3) ошибка исправлена (*The Bank provides financial services **of** the most sought-after **types***).

В предложении [*Банк*] *Работает на финансовом рынке с 1993 года* опущено подлежащее, и оно было правильно восстановлено системой МП в тексте (1) *It has been operating in the financial market since 1993*, но при этом заменено на неправильное *He has been working* в текстах (2) и (3).

В предложении *Экономичный формат позволяет [ум] быть прибыльными* также опущено местоимение. Ошибка в машинном переводе обусловлена тем, что глагол *allow* требует прямое дополнение, которое отсутствует в оригинале и было неверно восстановлено системой (*Economical format allows **you** to be profitable*). В последующих версиях неправильно восстановленная форма местоимения сохраняется. Можно предположить, что хотя система чётко применяет грамматические правила языка перевода, ей до сих пор с трудом удаётся семантически и логически правильно восстанавливать кореферентные связи, особенно в сложных синтаксических конструкциях.

Интересно также варьирование перевода имён собственных. В тексте (1) используется словосочетание *published by The Banker*, в то же время в версиях (2) и (3) появляется генерализирующее слово для имени собственного - *published by The Banker **magazine***, что не столь характерно для англоязычного информационно-публицистического или рекламного текста. В случае перевода названий российских компаний в текстах (1) и (3) использовалась узуальная синтаксическая структура *Otkrytie Management Company*, а в тексте (2) - калька *Management Company Otkrytie*.

Основной неточностью МП остаётся пословный перевод и копирование синтаксической структуры исходного предложения. Это явление встречается достаточно часто в тексте (1): например, *Sberbank every year more and more improves the ability*. В версии (2) замечена тенденция к улучшению перевода - *Sberbank every year is increasingly improving the capabilities*, а в версии (3) обнаруживается комбинация предыдущих вариантов: *Sberbank is improving more and more every year the capabilities*.

В некоторых случаях для словосочетаний, которые в тексте (1) были переведены с использованием притяжательного падежа, в текстах (2) и (3) использовались структуры с многократным повторением предлога *of*. В результате текст стал длиннее, снизилась степень узуальности, усилился «машинный акцент», что имеет отрицательные последствия для воспроизведения коммуникативного эффекта, аналогичного коммуникативному эффекту оригинала.

Хотя с течением времени в целом отмечается тенденция к улучшению перевода на лексическом уровне, следует признать, что пока системы машинного перевода значительно уступают переводам, выполненным человеком, в особенности с точки зрения синтаксической организации и стилистических особенностей. Кроме того, результаты перевода с помощью систем нейронного машинного перевода являются нестабильными, что проявляется в потенциально возможном снижении качества последующих переводов одного и того же текста. Для достижения оптимального результата рекомендуется использовать редактирование и постредактирование текста.

## Источники и литература

- 1) Бабушкина Н. В. Исследование результатов машинного перевода герундия: особенности анализа и критерии редактирования: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2006. 24 с.

- 2) Кочеткова Н. С., Ревина Е. В. Особенности машинного перевода // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов, 2017. № 6. С.106-109.