

для высших учебных заведений



В. Н. Крупнов

ПРАКТИКУМ ПО ПЕРЕВОДУ

С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ



English

Учебное пособие по английскому языку



МОСКВА

«Высшая школа»

ДЛЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

В. Н. Крупнов

**ПРАКТИКУМ
ПО ПЕРЕВОДУ
С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА
НА РУССКИЙ**

Рекомендовано
Советом по филологии УМО
по классическому университетскому
образованию в качестве учебного пособия
для студентов высших учебных заведений,
обучающихся по специальности «Филология»,
специализации «Зарубежная филология»



Москва «Высшая школа» 2005

УДК 811.111
ББК 81.2Англ
К84

От автора

Рецензент:

д-р филол. наук, профессор *Т.Б. Назарова*
(Московский государственный университет
им. М.В.Ломоносова)

Крупное В.Н.

К84 Практикум по переводу с английского языка на русский: Учеб. пособие для вузов/В.Н. Крупное. — М.: Высшая школа, 2005. — 279 с.

ISBN 5-06-004966-3

В пособии изложены общие и жанровые, лексические и грамматические, особенности перевода общеинформативных текстов и текстов по бизнесу с английского языка на русский. Приводятся конкретные рекомендации для студентов, изучающих перевод как дисциплину в вузе. Материалы пособия могут быть использованы как для работы в аудитории с преподавателем, так и для самостоятельных занятий.

Для студентов вузов, которые готовят себя к работе, предполагающей умение переводить и реферировать тексты на английском языке.

УДК 811.111
ББК 81.2Англ

ISBN 5-06-004966-3 © ФГУП «Издательство «Высшая школа», 2005

Оригинал-макет данного издания является собственностью издательства «Высшая школа», и его репродуцирование (воспроизведение) любым способом без согласия издательства запрещено.

Настоящий «Практикум по переводу с английского языка на русский» посвящен ключевым аспектам теории и практики перевода с английского на русский и предназначен для активизации деятельности переводчика при овладении проблематикой перевода. Такого рода активизация знаний может иметь место как в условиях учебной аудитории в вузе или лицее, так и самостоятельно.

Новизна в пособии такого рода — это раскрытие уникальных информационных возможностей словарей в плане информационного обеспечения работы как начинающего переводчика, так и переводчика-практика. Автор показывает и на ряде примеров старается убедить читателя в том, что информация словарей имеет действенно-преобразующий характер и тем самым помогает переводчику принимать адекватные решения.

Часть 1 пособия посвящена рассмотрению теоретических проблем перевода. (Подробнее см. содержание.)

Главное в этой части работы состоит в том, что мы показываем, что переводчику недостаточно просто прочесть текст и понять его, ему важно прочесть его по-переводчески, т. е. увидеть в тексте трудности перевода и использовать те или иные приемы перевода для их разрешения. Помимо этого, переводчик должен учесть детали текста и, наконец, отразить стилистику оригинала.

В этом смысле всегда полезно помнить о том, что «документ-перевод» (если, к примеру, иметь в виду перевод деловой литературы) должен быть столь же точен, как и оригинал. Отнюдь не случайно во всех контрактах неизменно отмечается, что перевод контракта — это документ (текст), имеющий *одинаковую с оригиналом юридическую силу* (identical in legal force). Следовательно, перевод должен быть адекватным.

«Практикум» содержит рекомендации для переводчика деловой литературы и позволяет ему овладеть языком делового общения и базовой терминологией.

Материалы пособия требуют творческого обсуждения и ответов на все вопросы, которые приводятся после каждого раздела. В равной степени творческие задания служат *цели закрепле-*

ния полученных знаний по технике перевода. В дальнейшем, в процессе практики эти знания постепенно превращаются в *ценный переводческий опыт*. Поэтому в дальнейшем даже сложные переводческие действия переводчик сможет выполнять интуитивно.

Часть 2 пособия посвящена *активизации* действий переводчика в решении лексических и грамматических проблем.

В книге не только констатируется наличие трудностей перевода, но и предлагаются конкретные советы по их практическому преодолению. Объектом рассмотрения здесь являются вопросы передачи в переводе эвфемизмов, клише, сленга, жаргона (в том числе политического), крылатых слов и изречений, а также фразеологизмов, неологизмов (в том числе в сфере бизнеса), безэквивалентной лексики и др.

Следует помнить, что для успеха в переводе важно также расширять свои филологические познания в сфере лингвистики, иностранных языков, стилистики, лексикологии, лексикофафии и методики обучения профессиональному переводу.

Многолетний опыт автора в обучении письменному переводу в вузе (МГИМО) и на семинарах в Москве, Санкт-Петербурге и Алма-Ате показывает, что тщательная проработка переводчиком проблематики перевода, изучаемой в вузах, а также практических проблем, рассматриваемых в настоящем пособии, приведет переводчика к успеху.

Часть 1

Теоретические проблемы перевода

1.1. Овладение техникой и искусством перевода.....	7
1.2. Несостоятельность теорий, отрицающих возможность адекватного перевода.....	25
1.3. Что следует иметь в виду под «качеством перевода»?.....	32
1.4. Модели переводческой деятельности.....	37
1.5. Деятельность письменного переводчика как аналитико-интегративный процесс. О единице перевода.....	43
1.6. Двухязычные и многоязычные словари и перевод.....	50
1.7. Раскрытие смысловой структуры слова и его значений через двухязычный словарь.....	52
1.8. Британские и американские словари, их особенности и проблемы перевода.....	55
1.9. Словари синонимов и антонимов и их роль в переводе.....	61
1.10. Энциклопедические словари и перевод.....	68
1.11. Этимологические словари: нужны ли они переводчику?.....	72
1.12. Словари по тематике делового общения.....	73

Часть 2

Лексические и грамматические трудности перевода

2.1. О некоторых разрядах слов и словосочетаний, представляющих трудности при переводе.....	79
2.2. Какие рекламные лозунги нам известны наизусть и почему мы их помним?.....	81
2.3. Эвфемизмы: что это за слова?.....	92
2.4. Клише в английском языке.....	96
2.5. Популярная лексика. Проблема перевода.....	117
2.6. Атрибутивные сочетания и их перевод.....	119
2.7. Сленг — что это такое? Как переводить слова, представляющие собой сленг?.....	126

2.8. Крылатые слова в политике, деловой литературе и в других видах литературы. Как их переводить на русский?.....	136
2.9. Фразеология: как ее понимать и переводить? Приемы перевода и словари по фразеологии.....	143
2.10. Что такое неологизмы? Как их понять и перевести?.....	157
2.11. Словари неологизмов.....	163
2.12. Что имеется в виду под термином «безэквивалентная лексика»?.....	168
2.13. Образные выражения и их перевод.....	172
2.14. Конверсия и перевод.....	174
2.15. Глагол <i>would</i> и перевод предложений, содержащих его.....	176
2.16. Словари словосочетаний и устойчивых фраз.....	178
2.17. Эллиптические конструкции и перевод.....	191
2.18. Обстоятельства в роли агента действия и проблемы перевода.....	193
2.19. Перевод конструкций типа <i>Nominative with the Infinitive</i>	195
2.20. Пассивные конструкции и перевод.....	196
2.21. К вопросу «о замене частей речи в переводе».....	198
2.22. Антонимия и перевод.....	200
2.23. Конструкция с предлогом <i>with</i> и передача такой конструкции в переводе.....	203
2.24. Перевод грамматических конструкций типа <i>see smb do smth</i> , <i>see smb doing smth</i> и других аналогичных оборотов.....	204
2.25. Перевод текстов договоров с английского на русский: сравнение, рекомендации, комментарий.....	206
2.26. Перевод сложной финансовой документации с английского языка на русский. Проблемы терминологии. Сравнение, рекомендации, комментарий.....	235
2.27. Другие отдельные трудности перевода и задачи переводчика.....	266
Заключение.....	269
Библиография.....	274

Часть 1.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА

1.1. Овладение техникой и искусством перевода

Ввиду того что перевод как деятельность является объектом исследования ряда наук¹, было бы интересно выявить ту помощь, которая оказывается научными дисциплинами переводчику-практику. В самой общей форме эта помощь, по-видимому, находит выражение в разъяснении сущности переводческого труда, специфики выполняемых переводчиком умственных операций.

Лингвисты, к примеру, анализируют переводческие проблемы в рамках лингвистического переводоведения (язык как средство передачи информации, денотативная теория перевода, трансформационная теория перевода и т.д.) и, естественно, считают перевод лингвистической дисциплиной².

¹ В своем труде «Перевод и лингвистика» (М.: Воениздат, 1973) А.Д. Швейцер отмечал, что за последние годы возникло много школ по изучению перевода, в каждой из которых предлагается свое собственное толкование перевода и достигаемых результатов. К числу наук, исследующих проблемы перевода, А.Д. Швейцер относил лингвистику, литературоведение, психологию и этнографию.— *Прим. авт.*

² Весьма подробно собственно лингвистические аспекты перевода изложены в трудах В.Н. Комиссарова, и в частности в его книге «Слово о переводе» (М.: Междунар. отношения, 1973), а также в его новой монографии «Современное переводоведение» (М.: ЭТС, 2001), в которой дается описание и оценка теорий перевода, раскрываются особенности профессии переводчика и вопросы подготовки переводчика-профессионала. Из новых работ актуальным является также труд Л.К. Латышева и А.Л. Семенова «Перевод: теория, практика и методика преподавания» (М.: Academia, 2003). В указанной книге можно найти вопросы об эквивалентности перевода, об исходном тексте как детерминанте переводческих действий, о лингвот-

Следует признать, что в лингвистическом изучении проблем перевода языковеды добились крупных научных успехов: лингвистика заложила основы теории перевода, внесла «порядок и метод» в изучение переводческих проблем, установила границы между лингвистическими и экстралингвистическими аспектами перевода и, наконец, предложила довольно точные рабочие понятия и термины, весьма успешно используемые представителями самых разных наук при исследовании процесса перевода¹.

В.Н. Комиссаров в упомянутой выше книге «Современное переводоведение» указывает на основные переводческие термины и понятия, в которые, в частности, входят такие, как адаптированный перевод, адекватный перевод, антонимический перевод, буквальный перевод, вольный перевод, готовый к опубликованию перевод, межъязыковая коммуникация, дословный перевод, единица перевода, постоянное соответствие, жанрово-стилистическая классификация переводов, информативный перевод, официальный перевод, конвенциональная норма перевода, лингвистическая теория перевода, вариантное соответствие, модель перевода, норма переводческой речи, нулевой перевод, общая теория перевода, контекстуальная замена, описательный перевод, переводческая трансформация и т.д. Мы полагаем, что уяснение указанных ключевых понятий переводческой деятельности плодотворно влияет на стратегию действий переводчика в разных проблемных ситуациях.

В настоящее время лингвисты разработали методологические основы для самостоятельной «науки перевода» (science of

ническом барьере и об операционном составе переводческих действий. Работа заканчивается обсуждением вопросов методики преподавания перевода. Что касается практических основ перевода, то интересной новейшей публикацией является пособие Т.А. Казаковой «Практические основы перевода» (СПб.: Союз, 2003). Рассматриваются вопросы стратегии перевода, выбор единиц перевода, лексические, грамматические и стилистические приемы перевода.

¹ Так, в конце упомянутой нами работы А.Д. Швейцера «Перевод и лингвистика» приложен словарь, в котором дается толкование примерно ста основных понятий в области теории и практики перевода. — *Прим. авт.*

translating)¹. В работе Ю. Найды излагается ряд новых теоретических положений, которые могут лечь в основу «науки перевода». Это положения из области теории значения (семасиология) и теории коммуникации (психология коммуникации), а также теории отношений между людьми (социология) и современной теории информации. Сюда же относится и идея Ю. Найды о принципе функциональной, или «динамической» эквивалентности, под которой понимается создание на языке перевода текста, восприятие которого читателем на языке перевода будет таким же, как и восприятие оригинала читателем на языке оригинала. Попытку Ю. Найды расширить число научных понятий, на основе которых должна строиться теория перевода, следует признать правильной. Ю. Найда рассуждает примерно таким образом: в настоящее время все науки с готовностью заимствуют те новые понятия, которые появляются в смежных, родственных областях. Поскольку теория перевода также представляет собой науку, то почему бы, собственно говоря, ей не обогащаться новыми понятиями из области таких смежных наук, как социолингвистика, психология и этнография?

Лингвисты также выступают с такими установками в области перевода, которые приближаются к идее более широкого толкования процесса перевода. Здесь можно, например, сослаться на «концепцию функционального подобия», согласно которой изучается информационная функция тех или иных языковых элементов подлинника и устанавливается, какие языковые средства способны выполнить ту же функцию в переводе. Один из основателей Пражского лингвистического кружка Вилем Матезиус (Vilém Mathesius) в свое время так сформулировал функциональный подход к переводу: «...В сущности поэтический перевод должен оказать на читателя такое же воздействие, какое оказывает подлинник, пусть даже иными художественными средствами, чем в оригинале... часто те же, или приблизительно те

¹ См.: *Nida, E. Toward a Science of Translating.* — Leiden, 1964. Методологическое обоснование перевода как самостоятельной науки можно также найти в книге Б.Г. Таирбекова «Философские проблемы науки о переводе (Гносеологический анализ)». — Баку: Изд-во АГУ, 1974.

же, средства воздействуют различно. Положение, что тождество художественного воздействия важнее использования схожих художественных средств, в особенности важно при переводе поэтических произведений»¹.

Таким образом, дальнейшее развитие современной лингвистической теории перевода, по-видимому, должно идти по пути дальнейшей разработки существующих лингвистических концепций. Об этом, в частности, писал Иржи Левый в статье, посвященной обзору лингвистических и других методов исследования перевода. Иржи Левый приводит также слова Р. Якобсона: «Мы художественно приблизимся к оригиналу тогда, когда (как, например, при переводе поэзии. — *В.К.*) ...будет избрана форма, которая ... не внешне, а функционально отвечает форме оригинала». Так в лингвистике «была обоснована теория субституции стилистических средств, которую интуитивно провозгласил еще Виламовиц-Мёллендорф (U. von Wilamowitz-Moellendorf)»². Эту точку зрения, как констатирует И. Левый, разрабатывают современные теоретики перевода в разных странах, и в частности польский теоретик Зенон Клеменевич (Zenon Klemensiewicz), который утверждает: «Оригинал следует понимать как *систему*, а не как *сумму элементов*, как *органическое целое*, а не как *механическое сочетание элементов*. Задача перевода состоит не в воспроизведении элементов и структур оригинала, но в том, чтобы понять их функцию и ввести такие элементы и структуры собственного языка, которые были бы, по мере возможности, субститутами и эквивалентами равной функциональной пригодности и эффективности»³.

Наряду с лингвистическим методом исследования перевода существуют и нелингвистические школы перевода, одной из которых является литературоведческая, исследующая проблемы художественного перевода. Литературоведческий подход к переводу получил широкое развитие еще в XIX веке. «За рядом

¹ Левый, Иржи. Состояние теоретической мысли в области перевода// Мастерство перевода. — М.: Советский писатель, 1970. — С. 415—416.

² Там же.

³ Там же. — С. 416.

исключений, — пишет исследователь Р. Янг, — до XIX века история переводческой критики не производит впечатления»¹. В результате в литературоведческой школе перевода, по словам Р. Янга, «нет своих Платонов и Аристотелей», которые бы с позиций художественного перевода предложили свои критерии оценки качества и разработали свою методику исследования.

Какие же положения наиболее характерны для литературоведческого анализа перевода? Прежде всего, по-видимому, следует отметить стремление ряда исследователей обособить художественный перевод². Во многих статьях литературоведческого направления явно проскальзывает мысль о том, что художественный перевод в силу его эстетических особенностей как бы отделен от других видов перевода. Так ли это на самом деле? Не исключая возможности самостоятельного развития теории художественного перевода, следует отметить его отличие от других видов перевода, которое состоит в том, что для процесса художественного перевода характерно наличие образного мышления. Гиви Гачечиладзе в связи с этим писал, что «элементом текста может быть не только слово и словосочетание со своим смысловым значением, но и художественный образ, стилистический элемент, ритмический элемент и т.д., т.е. элемент художественно-образной системы подлинника»³. Это верное замечание. Перечисленные выше признаки как раз и составляют отличительную особенность художественной речи.

Теперь, если учесть, что процесс перевода — это своеобразная речевая деятельность, направленная на наиболее полное воссоздание на другом языке содержания и формы иноязычного тек-

Young, Richard E. Theories of Translating Poetry in Victorian England: Doct. diss. — The Univ. of Michigan, 1964. — P. 4.

А.Д. Швейцер в связи с этим отмечает, что вопрос об отношении теории перевода к языкознанию и литературоведению многими исследователями перевода расценивается как один из «наиболее острых вопросов» в связи с попытками некоторых теоретиков художественного перевода приравнять лингвистическую теорию перевода к теории, в которой якобы проповедуются формализм. (См.: Швейцер А.Д. Перевод и лингвистика. Вводная часть.)

Гачечиладзе Гиви. Художественный перевод и литературные взаимосвязи. — М.: Советский писатель, 1972. — С. 83.

ста, то становится ясно, почему художественный перевод требует проявления особого дарования или, как принято говорить, искусства.

С точки же зрения сущности переводческого процесса теория художественного перевода — неотъемлемая часть *общей* теории. Вот что пишут по этому поводу некоторые исследователи.

А.Д. Швейцер указывает, что «задачей общей теории перевода как раз и является вскрытие тех общих закономерностей, которые присущи переводу вообще, несмотря на специфику тех или иных его **разновидностей**»¹.

Недостаточное внимание со стороны исследователей художественного перевода к вопросу изучения типичных трудностей и закономерностей перевода нередко проявляется в игнорировании ими положений лингвистического переводоведения. Например, И.А. Кашкин² утверждал, что существующие «рецепты готовых языковых решений» мешают переводчику подходить к своей работе творчески. В чем видел И.А. Кашкин «рецепты готовых языковых решений», не ясно. Если здесь иметь в виду вклад лингвистов в разработку понятий словарных соответствий, эквивалентов и замен, то учение о закономерных соответствиях, по нашему мнению, не только не сковывает, а, скорее наоборот, мобилизует переводчика на подлинно творческий подход к своей работе.

К понятию *эквивалента/эквивалентного соответствия*, как, собственно говоря, и к любому другому научному понятию, нельзя подходить односторонне. Если, скажем, для словосочетания **public figure** в словаре имеется регулярный словарный эквивалент — *общественный деятель*, то это не значит, что в практике перевода не может быть случаев, когда это словосочетание следовало бы перевести иначе, т. е. отойти от заданного соответствия.

Никакой словарь не освобождает переводчика от учета роли контекстуальных факторов и особенностей индивидуального авторского стиля. Учет этих особенностей — задача переводчика.

¹ Швейцер А.Д. Возможна ли общая теория перевода? // Тетради переводчика. — М.: Междунар. отношения, 1970. — Вып. 7. — С. 36.

² См.: Кашкин И.А. Для читателя-современника. Статьи и исследования. — М.: Советский писатель, 1968. — С. 449.

В этом, собственно говоря, и проявляется его творчество. Допустим, что нам надо перевести на русский язык следующую простую фразу: *Among those present were prominent public figures*. Ее можно перевести так: *Среди присутствовавших были видные общественные деятели*. Такой перевод будет верным, поскольку словосочетание *public figures*, употребляемое в данной фразе, действительно во многих случаях лучше всего передать как *общественные деятели*. Однако в каком-то особом контексте, например при описании какого-то исторического события, видимо, будет лучше предпочесть другой вариант перевода: *Среди присутствовавших были видные государственные чины*. В другом же контексте, возможно, предпочтительней окажется такой функциональный перевод: *общественные (или государственные) руководители*¹.

Следовательно, возможность использования в переводе нешаблонных решений вносит элемент подлинного творчества в переводческий труд. В то же время переводчик, несомненно, может и должен широко использовать в своих переводах уже устоявшиеся соответствия, какие часто можно найти в современных двуязычных словарях. Благодаря словарям при переводе всякого рода информативных, общественно-политических и других подобных материалов обеспечивается более или менее единый подход в толковании и передаче многих понятий из области политики, дипломатии, философии, права, экономики, финансов.

Взять, к примеру, политическую лексику. Может ли переводчик политической литературы игнорировать термины и понятия, уже устоявшиеся в области политики, и тем самым неоправданно усиливать роль своей личной интерпретации? Язык политики — это не язык художественной литературы, и здесь без терминологических соответствий не обойтись. Так, дипломатический термин *charge d'affaires ad interim* точно соответствует русскому *временный поверенный в делах*, *court of last resort* — *высшая судебная инстанция*, *the will attested and certified by a notary*

¹ Проблема функциональных соответствий раскрыта, например, в работе Ю.А. Денисенко «К проблеме функциональных (переводческих) соответствий в английском языке некоторым типам русских конструкций с отглагольным именным существительным»: канд. дисс. — М., 1964.

public — *нотариально удостоверенное завещание*, appraisal of property for taxation purposes — *оценка имущества для обложения налогом* и т.д.

Иногда от отдельных исследователей перевода можно услышать упреки по поводу «предписывающего характера» эквивалентов. Но где сказано о том, что, предписывая те или иные варианты перевода, словарь тем самым освобождает переводчика от самостоятельных поисков и решений и порой, быть может, даже от мучительного анализа текста, и, наконец, от ответственности за окончательно принятое решение?

Многие профессиональные переводчики на своем опыте знают, что любой словарь в трудных случаях перевода — это лишь отправная точка в поисках нужного соответствия. Равно как ни в одном словаре не сказано (да и не может быть сказано!), что предлагаемый составителями словаря перевод тех или иных лексических единиц (данный, кстати сказать, на основе изучавшегося в момент составления словаря материала) являет собой окончательное переводческое решение.

Стремление ряда критиков оградить художественный перевод от посягательств других школ бьет прежде всего по интересам самой теории художественного перевода.

Кратко рассмотрим некоторые современные направления в теории художественного перевода. В целом для исследователей художественного перевода характерна, по нашему мнению, «эссеистская» направленность мысли. Такой подход не вооружает переводчика конкретными рекомендациями о том, как ему поступать в особо трудных случаях. Но без четкого понимания переводчиком своих задач, без знания возможных путей их решения (т. е. без знания техники перевода) переводчик будет как бы обезоружен и, даже действуя самым искренним образом, может фактически подменить подлинный перевод адаптацией или парафразой, пересказом или интерпретацией или каким-то сочетанием этих элементов. Но подлинный перевод не представляет ни одного из названных выше процессов, и между этими процессами и собственно переводом нельзя ставить знака равенства. Путать перевод с указанными выше процессами передачи иноязычной информации было бы равносильно повторе

нию уже усвоенных исторических истин. Еще в эпоху Джона Драйдена¹, крупного английского переводоведа и критика, в соответствии с его учением перевод предлагалось делить на: *метафразу* (metaphrase), т. е. **на** так называемый пословный, или подстрочный, перевод, и *парафразу* (paraphrase), представляющую собой более удобопонятное изложение текста целиком или отдельными частями («просветление текста»), сопровождаемое иногда переводческими разъяснениями (Драйден называл этот метод «переводом в широких рамках» (translation with latitude). Слово «парафраза» в современном русском известно в следующих значениях: во-первых, парафраза как термин поэтики. Это особый случай. И, во-вторых, употребление этого слова в смысле «перефразирование». Термин *перефразирование* встречается часто. Его смысл такой: изложение другими словами той же самой идеи.

Далее следует отметить *имитирующий* перевод (imitation), представляющий собой перевод-подражание авторскому произведению, когда переводчик как бы создает свою работу на почве оригинала, не заботясь особенно о точной передаче ни слов, ни смысла, и принимает во внимание лишь господствующий в данную эпоху эстетический вкус публики.

Имитирующие переводы особенно характерны для перевода поэзии. По мнению Б. Раффела, имитирующий перевод представляет собой не перевод, а «*проникновение культуры*» (*cultural diffusion*)². Обращаясь к такому виду перевода, переводчик стремится выразить не оригинал, а самого себя.

Наиболее известный из упомянутых методов — метод **парафразы**. (Следует иметь в виду, что парафраза — это не «перефразирование», понятие, которое соответствует английскому слову rephrasing.) Как мы отмечали, Дж. Драйден толкует это понятие шире.

Фундаментальное исследование переводческих концепций Джона Драйдена можно найти в монографии Frost William "Dryden and the Art of Translation". - Yale Univ. Press, 1969.

См.: Raffel, Burton. The Forked Tongue (A Study of Translation Process). — The Hague, 1971.

Когда говорят о подмене истинного перевода *адаптацией* (adaptation), то имеется в виду приведение более свободной версии, т. е. *такой перевод, когда переводчик отходит от текста дальше допустимых пределов*. В связи с этим, например, Дж. Вейтман не без основания утверждает, что иногда переводчики лишь воображают, что они переводят в строгом смысле этого слова, тогда как фактически они «занимаются адаптацией»¹. Лишь предъявляя к себе высокие профессиональные требования, переводчик начинает ясно осознавать, чувствовать, когда он полноценно и точно воссоздал «дух и букву» оригинала и когда это ему не удалось.

Подмена перевода *пересказом* (retelling) также часто встречающееся явление.

Наконец, иногда перевод уподобляется процессу *интерпретации* (interpretation), под которой, кстати сказать, можно иметь в виду не просто толкование подлинника (узкое понимание термина «интерпретация»), а особый вид перевода, основанный на обращении к внеязыковой действительности.

Таким образом, подлинный перевод как творческий процесс, как результат особой речевой деятельности отнюдь не укладывается в рамки приведенных выше близких, но совершенно не тождественных понятий.

В отличие от прошлых столетий, когда представление о сущности перевода складывалось на базе анализа переводов в основном классических литературных и библейских текстов, в настоящее время теория художественного перевода основывается преимущественно на результатах изучения переводов новейших произведений литературы, хотя и анализ перевода библейской литературы, судя по работам Ю. Найды, по-прежнему играет существенную роль.

В целом же из узкой области любителей-одиночек, оттачивавших с помощью перевода свое перо, чтобы пробиться в мир литературы или искавших в переводе свое «самовыражение», *теперь перевод перерос в поистине массовую профессию*. Массовая практика перевода еще более подчеркивает необходимость его углубленного теоретического изучения.

Weightman, J.G. On Language and Writing. — Ldn., Sylvan Press, 1947. — P. 56.

Такое изучение тем более необходимо, что существует еще много нерешенных вопросов. Один из таких вопросов — это вопрос о позиции переводчика в процессе творчества.

По нашему мнению, ответ на этот вопрос можно найти в той точке зрения, которую отстаивает чешский ученый-переводовед Антон Попович. По этому поводу он пишет: «Задача переводчика состоит не только в «ассоциировании» себя с оригиналом: это приведет его лишь к «прозрачному переводу». У переводчика есть право отличаться от автора органически, (есть право) быть независимым, но лишь в той мере, в какой это нужно для передачи оригинала, т. е. использовать метод воссоздания оригинала как живого произведения»¹. Другими словами, А. Попович, также как и К.И. Чуковский, обосновывает мысль о «вдохновенной точности»: уметь почувствовать, когда и в какой мере можно удалиться от авторского текста во имя его полнокровного воссоздания — в этой, и только в этой сфере может расцветать подлинный переводческий талант. И наоборот, бездумный разрыв невидимых, но существующих нитей, как бы привязывающих переводчика к автору, к тексту произведения, подмена перевода бесхитростным пересказом фактически приводит переводчика к «отсебятине».

Что же необходимо иметь в виду, чтобы не следовать ложным установкам? Важнейшим из таких условий должна быть ориентация на то, что задачи, решаемые переводчиком, не тождественны задачам автора.

Разница между этими задачами состоит в следующем. Во-первых, творчество автора и труд переводчика не одинаковы по своему характеру: автор создает *новое* произведение на своем родном языке на базе своих знаний, опыта, наблюдений, переводчик же воссоздает уже *готовое* произведение автора на другом языке, и при этом при передаче текста опирается на свой объем знаний и опыта.

Во-вторых, автор работает, не будучи стеснен какими-либо рамками плана выражения, тогда как творчество переводчика

Popovic, Anton. The Concept "Shift of Expression" in Translation Analysis // The Nature of Translation. Essays on the Theory and Practice of Literary Translation. - Bratislava, 1970. - P. 80. - Пер. авт.

протекает в строго обусловленных рамках (передача только того и только в том плане, как это выражено у автора).

В-третьих, авторы художественных и публицистических материалов действительно могут увлекаться своими мыслями и полностью отдаваться вдохновению. Вдохновение же переводчика, по тонкому замечанию К.И. Чуковского, «только тогда плодотворно, когда оно не отрывается от подлинника»¹.

Далее автор, как правило, описывает события своего времени, тогда как переводчик отнюдь не всегда переводит тексты, относящиеся к той эпохе, в которую он живет. Общим для автора и переводчика является то, что психология и автора, и переводчика находится под давлением своего времени, что, в частности, находит яркое проявление в их речи и стиле.

Наконец, можно упомянуть и такие моменты: автор излагает свои мысли, следуя законам речевого строя на *своем* родном языке, оперируя присутствующими в его сознании и памяти представлениями и ассоциациями о различных явлениях жизни и окружающей действительности, переводчик же передает чужие мысли с *иностранного* языка и живет обычно в стране с иной культурой. Приведенное выше сравнение ориентации автора и переводчика показывает, что литературоведческая «заявка» на перевод на данном этапе сохраняет свой авторитет не столько в области научного раскрытия самого процесса перевода, сколько в области оценки влияния переводных произведений на ту или иную литературу или на развитие того или иного творческого метода, в оценке исторического значения художественного перевода, в определении влияния переводов на развитие национальных языков, а также в решении ряда других художественно-эстетических задач переводоведения, которые действительно имеют чисто литературоведческую природу.

Психологический подход к переводу ориентирует на исследование самого процесса перевода, на изучение «человеческого компонента» в переводе, на анализ психологии выбора переводчиком тех или иных решений в трудных ситуациях. В область

¹ Чуковский К.И. Высокое искусство. О принципах художественного перевода. — М.: Искусство, 1964. — С. 342.

психологии перевода, несомненно, входят вопросы типологии двуязычия (билингвизма) и роли автоматизмов (особенно при выполнении синхронного перевода), проблемы взаимодействия мышления на разных языках, а также внутренней речи и перевода и т.д. Одним словом, проблематика психологии перевода очень обширна.

Из иностранных ученых роль когнитивной психологии высоко оценивает В. Виллс. Он постоянно отмечает в своих трудах, что нельзя успешно обучать переводу, не учитывая особенности личности переводчика. Мы полагаем, что это абсолютно верная позиция. Собственно говоря, в процессе практики как раз и происходит то, о чем говорит В. Виллс: в зависимости от особенностей своей личности переводчик и выбирает в конечном счете свой жанр, в котором он стремится работать. То есть особенности личности как бы учитываются самой жизненной практикой¹.

В отличие от сугубо лингвистической и литературоведческой концепций перевода психологическое толкование перевода шире, оно выходит за рамки обычного сравнения и анализа языков и языковых средств. Исследователь-лингвист А.Д. Швейцер в статье «Возможна ли общая теория перевода?» дает, по существу, психологическую оценку переводу и первоочередным считает решение вопроса о том, «можно ли строить теорию общего перевода, исходя только из формально-структурных или художественно-эстетических критериев. Думается, что такой подход к проблемам общего перевода всегда будет односторонним и не сможет дать исчерпывающей объективной картины тех процессов, которые принято относить к переводу»². Такой же позиции, как показано ниже, придерживаются и психологи.

Следует признать, что на данном этапе психологическая концепция перевода зарождается, поэтому среди психологов и лингвистов нет пока единства мнений в отношении понятия «психология перевода». Так, исследователь-лингвист А. В. Федоров в книге «Введение в теорию перевода» (1953) от-

¹ Wills, W. *Übersetzungswissenschaft: Probleme und Methoden*. — Stuttgart, 1978.

² Швейцер А.Д. *Возможна ли общая теория перевода?* — С. 36.

носит к области психологии перевода определенный психический творческий процесс. В последнем же издании своей книги о психологии перевода **А.В. Федоров** упоминает лишь вскользь. Он пишет: «Психология перевода также имеет дело с отношением языка к мышлению, с языковыми образами»¹. Языковед **Р. Пернес** видит психологические моменты перевода в самом процессе научения иностранному языку. Он пишет: «...В отношении учения о переводе, с другой стороны, по-видимому, следует учитывать факты подлинного процесса усвоения языка: отсюда — более психологический подход»². **Б.В. Беляев** считал, что главной проблематикой психологии перевода является изучение психологических особенностей мышления на родном и иностранном языках и вопросы реализации этих особенностей в переводе. В статье «Психологический анализ процесса языкового перевода» **Б.В. Беляев** писал: «Самой главной и основной стороной человеческого общения с помощью языка является то, что часто называют внутренней или смысловой стороной речи, а также и ее смысловым содержанием. Это смысловое содержание, т. е. те мысли, которые внешне выражаются средствами того или иного языка, и есть тот «предмет перевода», который следует иметь в виду, когда ставится вопрос о том, что же именно переводится. Следовательно, строго говоря, переводятся не слова, а выражаемые ими понятия и суждения, не тексты, а содержащиеся в них мысли и рассуждения.

Возможность перевода с одного языка на другой нужно понимать поэтому как возможность выражения одних и тех же мыслей средствами двух разных языков. Для процесса перевода с психологической точки зрения характерно переключение мышления человека с одной языковой базы на базу другого языка. А отсюда следует, что языковой перевод нужно считать не особым видом речевой деятельности человека, а особым мыс-

¹ Федоров **А.В.** Основы общей теории перевода. — М.: Высшая школа, 1968. — С. 23.

² *Pernes, R. Bon De Sousa.* Categories, Translation and Linguistic Theory: Doct. diss. — Princeton Univ., 1966. — P. 55.— *Пер. авт.*

лительным процессом, который лишь основывается на речевой деятельности, но особого вида речи не образует»¹.

И.В. Карпов² относит к психологии перевода изучение ступеней перевода, а **З.А. Пегачева** — анализ смыслового содержания предложения и особенность восприятия и понимания иноязычной речи. Особенно большие возможности в раскрытии психологических закономерностей перевода **З.А. Пегачева** усматривала в устном переводе. «При устном, в частности при синхронном переводе, — писала **З.А. Пегачева**, — перед переводчиком стоит много чисто психологических трудностей. Основные из них следующие: 1) одновременное слушание и говорение, 2) переключение с системы одного языка на систему другого, 3) возможность лишь однократного восприятия, 4) ограниченные возможности короткой памяти, 5) различные помехи восприятия (темп; восприятие на слух речи, построенной по законам письменной речи; нелогичность речи оратора и т.д.). Естественно, что навык перевода может быть образован успешно и в наиболее короткий срок лишь при условии постепенного и последовательного подключения и последующего исключения трудностей. На каждом этапе обучения перед студентом должна быть поставлена задача преодоления какой-то одной трудности при возможном устранении всех остальных»³.

Психологическая проблематика перевода, указанная **З.А. Пегачевой**, получила дальнейшее развитие в трудах психологов. Некоторые психологические особенности синхронного перевода исследованы, например, **Б.А. Бенедиктовым**⁴. Проанализи-

¹ Беляев **Б.В.** Психологический анализ процесса языкового перевода // Иностранные языки в высшей школе. — М.: Росвузиздат, 1963. — Вып. И. — С. 162.

² См.: Карпов **И.В.** Психологическая характеристика процесса понимания и перевода учащимися иностранных текстов // Вопросы теории и методики учебного перевода. — М.: Акад. пед. наук РСФСР, 1950.

³ Пегачева **З.А.** Некоторые психологические вопросы обучения устному переводу // Бюллетень коллоквиума по экспериментальной фонетике и психологии речи. — М.: Изд. МГПИИЯ им. М. Горького, 1959. — № 2. — С. 128.

⁴ См.: Бенедиктов **Б.А.** Общие и темпоральные особенности устного перевода и владения языками: докт. дисс. — Л., 1972.

ровав вопрос замен как между языками, так и внутри одного языка, автор пришел к выводу о том, что осуществление замен в переводе происходит не только на основе нормативных соответствий, но и несет на себе отпечаток опыта самого переводчика. Более того, замены, производимые внутри одного языка, отличаются от двуязычных замен, поскольку теория закономерных соответствий нацеливает на воспроизведение мыслей оригинала на языке перевода, или, другими словами, двуязычные замены при переводе направлены на решение чисто профессиональных задач. Б.А. Бенедиктов указывает, что одноязычный перевод (т. е. толкование на одном языке, например на родном, того или иного понятия) может присутствовать в составе «двуязычного перевода» в качестве его компонента. В работе Б.А. Бенедиктова раскрываются также многие другие психологические аспекты синхронного перевода.

Психологическую трактовку синхронного перевода можно найти в статье И.А. Зимней и Г.В. Чернова¹.

По предположениям авторов, «35% времени молчания переводчика достаточны для того, чтобы осуществить прием и осмысление речи оратора»², поскольку уровень избыточности информации в различных языках в целом колеблется в небольших пределах.

Нельзя не отметить также позицию А.А. Леонтьева по вопросу о переводе³. А. А. Леонтьев полагает, что для всех видов перевода характерной чертой является *заданность программы извне*. Реализация такой программы обусловлена предшествующим опытом человека, который позволяет осуществлять вероятностное прогнозирование, а ее структура — факторами ситуации и контекста, которые относятся к переводу и которые необходимо привлекать при анализе перевода.

¹ Зимняя И.А., Чернов Г.В. Вероятностное прогнозирование в процессе синхронного перевода // Предварительные материалы экспериментальных исследований по психолингвистике. — М., 1973. — С. 112.

² Там же.

³ См.: Леонтьев А.А. Психолингвистические единицы и порождение речевого высказывания. — М: Наука, 1969. — С. 169.

Из вышеизложенного следует, что психолог видит в акте перевода прежде всего творческое решение *проблемной ситуации*. Перевод тех или иных текстов, содержащих определенные трудности, как раз и представляет собой, с точки зрения психолога, решение проблемной ситуации. Пожалуй, именно в переводе трудных текстов гораздо ярче, чем в какой-либо другой творческой деятельности человека, *мыслительный процесс* осознается как процесс, связанный с постановкой и решением самых разнообразных задач.

Психологическое истолкование перевода требует от исследователя учета ряда аспектов. В литературе по переводу соотношению вопросов техники и искусства уделяется большое внимание. В этой связи нельзя не отметить, например, работу Е.М. Верещагина¹, которая в значительной мере посвящена именно этому вопросу.

В отношении перевода требуется, очевидно, столь же широкое и полное освещение разных его аспектов с привлечением данных многих наук, о чем А.А. Леонтьев пишет в статье «Смысл как психологическое понятие», где он задается вопросом: «Правомерно ли **выдвижение** ... «глобальных» понятий в наш век дифференциации науки и множественности научных моделей?» И отвечает: «Да, если рассматривать эту дифференциацию, эту множественность как ступень к *интеграции* их в новую Науку о Человеке, и в частности (в качестве ближайшей задачи) — к созданию «общей теории места языка в социальной **жизни**...»².

Вопросы

1. Является ли переводческая деятельность объектом исследования одной науки или ряда наук? Какие науки исследуют переводческую

См.: Верещагин Е.М. Из истории возникновения первого литературного языка славян (Переводческая техника Кирилла и Мефодия). — М.: Изд-во МГУ, 1972.

² Леонтьев А.А. Смысл как психологическое понятие // Психологические и психолингвистические проблемы владения и овладения языком. — М.: Изд-во МГУ, 1969. - С. 65.

- деятельность? Почему изучение перевода требует использования данных ряда наук?
2. В чем состоит лингвистическая идея функционального подобия?
 3. Что сказал Р. Якобсон о функциональной форме?
 4. Как следует понимать оригинал по словам Клеменсевиича?
 5. Как оценивает историю переводческой критики XIX века Ричард Янг?
 6. Отделен ли художественный перевод в силу его жанровых особенностей от других видов перевода?
 7. В чем состоит задача общей теории перевода по словам А.Д. Швейцера?
 8. Зависит ли переводческое соответствие, которое мы находим, от соответствующего речевого контекста?
 9. Может ли словарь «освободить» переводчика от учета им контекстуальных факторов?
 10. Что дают нешаблонные решения переводческому творчеству?
 11. В каком смысле словарь служит «отправной точкой» при поиске трудного переводческого решения?
 12. Что такое метафраза?
 13. Что представляет собой парафраза?
 14. Что такое имитирующие переводы?
 15. Можно ли подменять истинный переводческий процесс адаптацией?
 16. Что говорит о приеме адаптации в двуязычной коммуникации Вейтман?
 17. В чем состоит суть пересказа информации на другом языке?
 18. Можно ли утверждать, что в современном мире — в XXI веке перевод — это массовая профессия?
 19. Приходится ли переводчику в современных условиях работать с различными текстами? Почему это так происходит?
 20. В чем состоит различие между творчеством автора и творчеством переводчика? Укажите несколько признаков.
 21. Вопросы типологии билингвизма относятся к лингвистическим аспектам перевода или к психологии перевода?
 22. Что говорили о переводе Б.В. Беляев и И.В. Карпов?
 23. Что означает программа перевода извне (термин А.А. Леонтьева)?
 24. Опираетесь ли вы на свой опыт (лингвистический и иной) при переводе?

1.2. Несостоятельность теорий, отрицающих возможность адекватного перевода

Решение вопроса о трудностях перевода в психолингвистическом плане непосредственно связано с решением вопроса о взаимодействии языка, мышления и ориентации переводчика. Позиция исследователя во многом определяет его понимание переводческого процесса и соответствующее решение переводческих трудностей.

Так, если исследователь перевода считает, что мышление всех людей имеет универсальный, общечеловеческий характер, то он будет понимать переводческие трудности в одном плане. Если же он будет полагать, что в мышлении людей, пользующихся различными языками, имеются существенные различия, то в работах такого исследователя процесс перевода и проблема трудностей будут освещаться совершенно по-иному. Развивая далее этот тезис, можно утверждать, что суть вопроса упирается не просто во «взаимонепонимание сторон», а в решение проблемы познания мира, связанной с различием мировоззрений. По этому поводу А.В. Федоров в своем труде «Введение в теорию перевода» отмечал, что именно этим и объясняется ожесточенность происходящих споров по вопросам переводимости.

Условно говоря, нигилистов, отрицающих возможность адекватного перевода, можно разделить на две группы. К первой группе относятся нигилисты из числа «традиционалистов», которые видят в самом акте перевода не более не менее как предательство по отношению к «духу языка». («Traduttori — traditori!» «Переводчики — предатели!» — гласит классическое изречение этой школы.)

Исследователь Пауль Гюнтер¹ цитирует следующие слова одного немецкого переводчика, который долгое время переводил Гомера, а затем, разочаровавшись в своей работе, пришел к такому неутешительному выводу: "Lieber Leser, lerne Griechisch und

¹ Geunther, P.F. Faithful Ugliness or Faithless Beauty: the Translator's Problem // The German Quarterly, XXXV, Nov., 1962. - P. 504.

wurf meine Übersetzung ins Feuer!" («Дорогой читатель, выучи греческий язык, а мой перевод предай огню»). Что и говорить — оригинальное решение! В прошлом, когда наука о языке и речи была еще только в стадии становления, «ниспровергать» перевод было гораздо легче. Высказанный в свое время В. Гумбольдтом тезис о том, что язык народа есть его дух и его дух есть его язык, впоследствии послужил ему основанием для другого вывода, а именно, что весь перевод представляет собой попытку достичь невозможного. Наряду с В. Гумбольдтом, как известно, такой же точки зрения на перевод придерживались и другие немецкие философы — ГВ. Лейбниц, А. Шлегель. К отрицанию возможности преодолеть трудности перевода В. Гумбольдт и его сторонники пришли, по-видимому, потому, что они, в конечном счете, в своеобразии каждого языка видели как бы непроницаемую стену.

Вторая группа теоретиков-нигилистов в области перевода представлена теми логиками и лингвистами, которые пытаются обосновать свою точку зрения с помощью философских воззрений. К такой категории исследователей-теоретиков следует отнести У. Квайна¹ и Б. Уорфа². Концепции обоих авторов, в конечном счете, сводятся к попытке доказать, что полноценный перевод с одного языка на другой якобы вообще невозможен ввиду расхождения выразительных средств разных языков. Эту идею У. Квайн подкрепляет своей гипотезой о допустимости в ряде особо трудных случаев нескольких толкований оригинала. Отсюда и его вывод о неопределенности процесса коммуникации вообще и, следовательно, о неопределенности перевода, поскольку переводчик, выступая в качестве истолкователя смыслового содержания оригинала, из-за этой неясности всегда будет по-разному толковать и, стало быть, переводить текст.

О неубедительности такой позиции говорит критика в адрес подобных теорий. Лишь в последнее время появился ряд диссертаций, посвященных развенчиванию теории нигилизма в пе-

реводе, не говоря уже о многочисленных научных статьях по этому вопросу. Говард Дармштадтер в своей диссертации¹ с помощью научных лингвистических, психологических и логических доводов доказывает ложность тезисов У. Квайна. Не будем здесь повторять критические доводы и логико-математические выкладки Г. Дармштадтера. Сошлемся лишь на основные тезисы У. Квайна, в которых он пытается доказывать невозможное. Согласно точке зрения У. Квайна, для любых двух языков будут, по крайней мере, две различные системы перевода, которые будут «представлять предложения одного языка в предложениях другого». Причем, указывает У. Квайн, обе такие системы не только будут отличаться друг от друга в деталях, но и по существу. Так У. Квайн «обосновывает» свой тезис о неопределенности перевода (indeterminacy of translation). В основе тезиса У. Квайна лежит, следовательно, анализ тех методов, который мог бы использовать переводчик при переводе с какого-то неизвестного языка. Г. Дармштадтер указывает, что, для того чтобы читатель смог поверить У. Квайну, последнему прежде всего надо проиллюстрировать те методы перевода, которые может использовать переводчик при переводе предложений. Путем ряда логических доказательств Г. Дармштадтер последовательно, пункт за пунктом, показывает неубедительность и шаткость доводов У. Квайна.

С.Н. Вейссман² в своей книге, написанной в чисто философском плане, также посвящает один раздел доказательству несостоятельности тезисов У. Квайна. Нельзя не согласиться с риторическим вопросом С.Н. Вейсмана о том, что же побуждает У. Квайна отрицать возможность того, что на протяжении многих веков осуществляется на практике. Если учесть логическую перенасыщенность доводов У. Квайна, а также его увлечение абстрактными формулировками, далекими от повседневной теории и практики перевода, то вновь убеждаешься в справедливости вывода С.Н. Вейсмана, что «наилучший выход из этого парадокса — сделать предположение, что, рассматривая «ради-

См.: Quine, W. Word and Object. - N. Y. and Ldn., 1960.

См.: Whorf, Benjamin L. Language, Thought and Reality// Selected Writings of B.L. Whorf. - Cambridge and N. Y., 1956.

¹ См.: Darmstadter, H. Quine on Translation: Doct. diss. - Princeton Univ., 1967.

² Weissman, S.N. Foundations of a Theory of Translation for Natural Languages: Doct. diss. — The Columbia Univ., 1965.

кальный перевод», У. Квайн, по сути дела, рассматривает отнюдь не перевод, а что-то совершенно иное...»¹.

Наконец, из новейших работ по этому вопросу следует отметить вышеупомянутую работу Р. Пернеса «Категории, перевод и лингвистическая теория»², большая часть которой также посвящается критике концепций У. Квайна и Б. Уорфа, и работу Джона М. Долана «Перевод и значение»³. Дж. Долан, в частности, показывает, что теория У. Квайна в значительной степени строится на отрицании синонимии как таковой, поскольку У. Квайн, играя на теоретической неразработанности проблем синонимии, фактически сбрасывает со счета и ту «рабочую» синонимию, которой мы неизменно пользуемся в повседневной речи.

В отличие от логика У. Квайна подход к переводу Б. Уорфа строится не на абстрактных логических рассуждениях, а на неправильном толковании взаимоотношений между языком и мышлением. И.И. Ревзин и В.Ю. Розенцвейг, анализируя концепцию Б. Уорфа, отмечают, что она «сближается с мыслью о непроницаемости языков»⁴. Отстаивая концепцию непроницаемости языков, ее сторонники защищают свою позицию ссылками на то, что реальный мир якобы совершенно по-разному воспринимается людьми, говорящими на разных языках. Рассуждающие таким образом теоретики неправильно интерпретируют существующие взаимоотношения между внешним миром, языком, речью, сознанием, мышлением и поведением.

Так, например, рассуждая в том плане, что по-русски определенное явление природы после грозы известно под названием *радуга*, т. е. «радужная дуга», по-английски *rainbow*, дословно — «дождевая дуга», по-французски *arc-en-ciel* — «дуга в небе», по-немецки *Regenbogen* — «дождевая дуга», а на амхарском языке *kest demena*

¹ Weissman, S.N. Op. cit. - P. 255-256.

² См.: Pernes, R. Op. cit.

³ См.: Dolan, J.M. Translation and Meaning. An Examination of Quine's Translational Indeterminacy Hypothesis: Doct. diss. — Stanford Univ., 1969.

⁴ Ревзин И.И., Розенцвейг В.Ю. Основы общего и машинного перевода. — М.: Высшая школа, 1964. — С. 70.

— «дуга облака», сторонники точки зрения Б. Уорфа делают вывод, что каждый народ на своем языке по-своему «видит» мир.

Увлекаясь «прасмыслом» и «словообразами», сторонники концепции Б. Уорфа забывают о социальной природе речевого общения. Они игнорируют то, что слова, употребляемые в речи, выступают в присущих им современных значениях. Ф. Энгельс писал о подобных увлечениях псевдосемантикой следующее: «Слово религия происходит от *religare*¹, и его первоначальное значение — связь. Следовательно, всякая взаимная связь двух людей есть религия. Подобные этимологические фокусы представляют собой последнюю лазейку идеалистической философии. Словам приписывается не то значение, какое они получили путем исторического развития их действительного употребления, а то, какое они должны были бы иметь в силу своего происхождения»².

Процесс приобретения словом новых значений, перехода слов в иной лексический пласт (например, из сленга в разряд общепотребительных слов) происходит не сразу, не в один день или год. Следует также указать, что в концепции Б. Уорфа, в основе которой лежит идея «непроницаемости» языков в связи с **особым видением мира** каждым народом, не учитывается сама природа общения посредством языка. Именно на этот момент обращает свое внимание Р. Браун в своей книге «Слова и вещи»³. В главе «Лингвистическая относительность и детерминизм» Р. Браун весьма убедительно доказывает неприемлемость теории Б. Уорфа и подчеркивает, что *в силу общесоциального характера приобретаемых человечеством знаний названия различных предметов и явлений составляют в разных языках основную часть словарного фонда. Этот словарный фонд главным образом и используется в языке. Следовательно, резюмирует Р. Браун, между различными языками существует взаимная переводимость (mutual translatability)*⁴.

¹ связывать. — Прим. ред.

² Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Изд. 2-е. - М.: Госполитиздат, 1961. — Т. 21. — С. 293.

³ См.: Brown, Roger. Words and Things. — Glencoe, 1958.

⁴ Ibid. - P. 232.

Р. Браун заявляет, что нет никаких оснований предполагать, что «взгляд на мир» индейца иной, чем миропонимание американца, а миропонимание американца и немца принимать за одно и то же, несмотря на существенные различия в данных языках. Мы вполне согласны с выводом Р. Брауна о том, что «различия в материальной культуре и социальных обычаях отнюдь не ведут к различию в психологии человеческого познания»¹. Кроме того, Р. Браун выступает **против метода буквализма как приема доказательства различия в мышлении людей под влиянием языков** и предлагает «переводить свободно». Это совершенно справедливое замечание, если учесть, что буквальный перевод является особым видом учебного перевода, предназначенного для узконаправленных (учебных) целей, и ни в коей мере не отвечает требованиям адекватного (профессионального) перевода. И, наконец, последний довод Р. Брауна сводится к тому, что наличие в том или ином редком языке особых слов, для перевода которых на другие языки необходимо строить целые фразы, показывает ту большую, быть может, особую роль, которую эти явления играют в жизни данного народа. Кроме того, здесь очевидно и то, что нельзя автоматически сводить слова-понятия в одном языке к отдельным словам в другом.

В языке каждого народа в силу ряда особых исторических, географических или этнографических условий некоторые области материальной или духовной сферы жизни представлены соответственно большим или меньшим числом слов и слов-понятий и разной степенью их классификации.

Для целей объяснения перевода, однако, важно не забывать тот факт, что в целостном высказывании отдельные категориальные различия как бы нейтрализуются. В английском языке в США, к примеру, для передачи понятия «автомашина» используется много сугубо американских слов. Это такие слова, как *limousine*, *sedan*, *hardtop*, *compact*, *convertible*, *station wagon* и т.д., которых может и не быть в другом языке. Но разве это означает, что данные понятия нельзя передать в целостном высказывании? Отнюдь нет. С другой стороны, в эскимосском языке, скажем, гораздо больше слов, характеризующих свойства снега, чем в английском

языке. Спрашивается, следует ли из этого, что если в каком-то определенном языке нет тех или иных слов-понятий, то они вообще невыразимы на другом языке? Ответ надо дать отрицательный: в случае необходимости, на каком бы языке люди ни говорили, они вполне могут выделить и передать на своем языке семантические признаки предметов и явлений действительности.

Таким образом, при рассмотрении вопроса о фактическом или потенциальном развитии лексики следует иметь в виду, что новые слова и понятия появляются в языке не только тогда, когда в том уже возникла реальная необходимость (хотя такой способ и является обычным способом новообразований), но иногда и просто в результате определенного эмоционально-психологического воздействия или в результате словотворчества писателей, поэтов, журналистов, специалистов в области науки и техники, переводчиков.

Вопросы

1. Вопросы «возможности перевода» следует рассматривать в «широком или узком контексте»?
2. На какие две группы можно разделить негиллистов в области перевода?
3. Как вы понимаете тезис В. Гумбольдта, что язык народа есть его дух?
4. Является ли перевод результатом мыслительных операций в сознании переводчика?
5. Почему концепции У. Квайна и Б. Уорфа подвергаются критике?
6. Правильно ли увлекаться «прасмыслом» при оценке семантики слов?
7. Нужно ли учитывать особый (речевой) характер перевода в двуязычной коммуникации?
8. Носят ли приобретаемые человечеством знания общесоциальный (общественный) характер?
9. Каким образом помогает переводчику компьютерная лексикография? Что такое «электронные словари»? Можно ли всегда доверять электронному словарю? Если наращивать электронный словарь по числу слов, то могут ли возникнуть таким образом ошибки?
10. Кем должен составляться словарь? Специалистом в какой-либо области? Лингвистом? Или и тем и другим? Почему?

1.3. Что следует иметь в виду под «качеством перевода»?

Основываясь на своем профессиональном опыте, мы полагаем, что для достижения высокого качества перевода необходимо совмещение элементов *частного* (решение проблем перевода на уровне слов и словосочетаний) и *целого* (перевод всей мысли на уровне предложения, с учетом более крупного текстового отрезка или даже всего произведения в целом). В процессе работы сам текст (а точнее, его языковые особенности и его смысловое содержание) как бы постоянно вносит отдельные коррективы в творчество переводчика, что позволяет ему добиваться еще большей точности и выразительности. Что бы мы ни относили к *единице перевода* — сегмент предложения, синтагму, группу связанных по смыслу слов, для переводчика-практика здесь важно одно — уметь проникнуть в смысловое содержание этой единицы, уяснить мысль автора и точно выразить ее на другом языке. В методике работы переводчика-профессионала не должно быть сдвигов ни в сторону абсолютизации роли слова, ни в сторону увлечения «общей мыслью».

Что касается оценки качества перевода, то эта оценка имеет принципиальное значение не только для изучения процесса перевода, но и для установления умений переводчика, уровня его квалификации.

Оценка качества перевода — наиболее сложный вопрос в современной теории и практике. Помимо традиционной лингвистической концепции в настоящее время намечается и психологический подход.

Наиболее полно концепция оценки качества перевода изложена в статье Дж.А. Миллера и Дж.Г. Биб-Сентера¹. В самом начале статьи авторы сообщают, что качество перевода следует измерять той степенью, в какой текст перевода передает точный смысл оригинала. Другими словами, речь идет о *степени эквивалентности* текста оригинала тексту перевода.

См.: Miller, G. and Beebe-Center, J.G. Some Psychological Methods for Evaluating the Quality of Translation // Mechanical Translation, III, 1956. — P. 73-80.

1.3. Что следует иметь в виду под «качеством перевода»?

С этой целью авторы предлагают создать специальную оценочную шкалу, которая могла бы служить для оценки переводов.

Предположительно такая шкала должна давать весь набор возможных оценок машинного перевода как «совершенно непригодный», «пригодный для ознакомления с существом вопроса», «полезный после постредактирования», «читабельный на данной стадии» и «годный для опубликования в печати». На данном этапе, однако, такая шкала еще не создана, и это — задача будущего. В настоящее время предлагают проводить оценку перевода путем сравнения специалистом-билингвом качеств оригинала и перевода в плане объема передачи в переводе инвариантного элемента, т. е. смысловой информации текста. В основе предложенной концепции — принцип «впечатления». Другая идея — сопоставление обоих текстов по степени их языковой избыточности — пока малоприменяема из-за трудности выполнения таких операций, хотя оценка текстов по трудности их понимания уже и на данном этапе проводится весьма успешно¹. И, наконец, Миллер и Биб-Сентер предлагают определять качество перевода путем постановки вопросов к оригиналу и к тексту перевода. Ответы на них должны вскрыть глубину понимания затрагиваемого в тексте вопроса. Согласно теории научения, оценивающий качество перевода информант невольно будет как бы бессознательно учитывать информацию, уже полученную им при чтении оригинала. По-видимому, необходимо разработать более строгую методику, чтобы оценка была более надежной.

Другой путь оценки перевода — это сопоставление текстов с целью определения той коммуникативной нагрузки, которую они несут. Такая операция потребует учета тех трудностей, которые были преодолены переводчиком, поскольку именно плохо переведенные трудные части текста получают в переводе повышенную коммуникативную нагрузку. Такая идея выдвигается Ю. Найдой², но, к сожалению, лишь в самом общем плане, и

¹ См.: Моль, Абраам. Теория информации и эстетическое восприятие. — М.: Мир, 1966.

² См.: Nida, E. Op. cit.

Ю. Найда ничего не говорит о том, каким образом на практике можно было бы измерять такую нагрузку.

Оригинальным подходом к решению данной проблемы является идея Роберта Е. Уолла¹ о создании такой шкалы оценки перевода, с помощью которой можно было бы измерять «как полноту перевода, так и его точность». Диапазон подобной шкалы должен состоять из величин от 0 до 1, причем величину, равную единице, должны получить те тексты, в которых в полной мере будут решены проблемы многозначности. Хотя Роберт Е. Уолл имеет в виду автоматический перевод, его идея представляет определенный интерес и для оценки перевода, выполняемого человеком. Сидней М. Лэмб² акцентирует внимание на проблеме точности перевода. Чтобы убедиться в точности, пишет Лэмб, необходимо, чтобы после прочтения перевода у билингва возникло чувство «уверенности» в точности, или необходимо создать такую техническую систему, которая бы позволяла получать переводы «как можно ближе к тексту оригинала».

Рассматривая вопрос об оценке качества перевода, нельзя не упомянуть о ряде интересных работ, представленных на третьем Конгрессе Международной федерации переводчиков, который был посвящен исключительно вопросам качества перевода³.

В статье «Качество перевода» Симон Зилахи⁴ отмечает, что качество перевода художественных и научно-технических текстов зависит от того эффекта, которого стремится добиться переводчик. Идея эффекта, по нашему мнению, это не что иное, как *теория динамической эквивалентности*, весьма подробно раз-

¹ Wall, R.E. Jr. Translation Quality and Its Measurement // Linguistic and Engineering Studies in Automatic Translation of Scientific Russian into English. Vol. I. — Univ. of Washington Press, 1958.

² Lamb, S.M. MT Research at the University of California // Proceedings of the National Symposium on Machine Translation. — Berkeley, 1960. — P. 140—154.

³ См.: Quality of Translation//Proceedings of the IIIrd Congress of the I FT. Bad Godesberg (1959). - N. Y., 1963.

⁴ См.: Zilahi, S. Quality in Translation//Quality of Translation. — N. Y., 1963.

1.3. Что следует иметь в виду под «качеством перевода»?

работанная Ю. Найдой¹. В основе этой теории лежит мысль о том, что реакция получателя переводной информации (т. е. читателя перевода) должна соответствовать реакции читателя оригинала.

По нашему мнению, ценность перевода может быть установлена лишь на базе *комплексного подхода* к этому вопросу.

Мы полагаем, что детерминантами процесса перевода являются:

- 1) преодоление трудностей, связанных с нахождением точных эквивалентов и соответствий на языке перевода для слов и словосочетаний оригинала;
- 2) преодоление трудностей, связанных с воссозданием смыслового содержания предложения или более крупного отрезка текста;
- 3) преодоление трудностей, связанных с передачей стилистических и экспрессивных характеристик оригинала.

Поэтому при оценке качества перевода необходимо исходить из оценки качества решения всех этих **задач-трудностей**. Оценка качества перевода должна, стало быть, состоять из четырех основных операций:

- 1) оценки качества перевода слов и словосочетаний;
- 2) оценки качества перевода предложений и, таким образом, текста в целом;
- 3) оценки качества передачи элементов экспрессии и стилистических особенностей оригинала;
- 4) оценки силы воздействия всего переведенного текста в сравнении с оригиналом.

Такая детализация необходима для того, чтобы оценить качество перевода во всей его полноте. При такой оценке из поля зрения не ускользают такие важные факторы перевода, как точность перевода отдельных элементов текста и текста в целом, включая его стилистическое оформление. Конечно, этот вопрос очень сложный. Во многих отношениях он еще не решен. Имен-

См.: Nida, E. Op. cit.

поэтому Антони Г. Оэттингер¹ пишет: «Как бы ни были велики трудности перевода, трудности оценки качества перевода не менее сложны. А пока что в этом вопросе каждый сам себе судья».

Вопросы

1. Почему ученые изучают вопросы качества перевода?
2. Почему переводчик стремится воссоздать на другом языке документ, который был бы равноценен оригиналу?
3. Что такое элементы частного в переводе?
4. Перевод всей мысли на уровне предложения — это элемент частного или целого?
5. Каким образом в процессе работы сам текст оригинала вносит отдельные коррективы в перевод? Анализирует ли переводчик оригинал? Сопоставляет ли он оригинал с полученным переводом? Что дает такое сопоставление? Помогают ли сопоставления в переводе росту переводческого мастерства?
6. Оценка качества перевода — это легкий или сложный вопрос? Почему?
7. Кто из ученых изложил концепцию качества перевода наиболее полно?
8. Что дает нам шкала оценки перевода?
9. Существует ли общепризнанная шкала оценки качества перевода?
10. Помогает ли оценивать качество перевода постановка вопросов к оригиналу и переводу?
11. Из каких четырех факторов должна состоять оценка качества перевода по мнению В.Н. Крупнова?
12. Что, по мнению Г. Оэттингера, труднее: выполнение перевода или оценка качества этого перевода? Что вы могли бы сказать по этому поводу?
13. Читали ли вы что-либо о качестве переводов в других работах?
14. Как бы вы оценивали качество перевода?

¹ Oettinger, A.G. Automatic Language Translation. — Cambridge (Mass.), 1960. — P. 114. — Пер. авт.

1.4. Модели переводческой деятельности

Чтобы определить роль фактора поиска необходимой информации в словарях при переводе, необходимо прежде всего понять, какое место этот фактор играет в общем переводческом процессе. Следовательно, необходимо предложить некоторое описание переводческого процесса как такового, хотя бы в самом общем плане, чтобы далее на этой базе раскрыть роль и собственно информационно-поискового фактора.

Определений перевода существует много¹.

Целый ряд исследователей перевода отмечает, что процессу перевода свойственны определенные «этапы», «стадии» или «моменты», которые в работах по переводу называются по-разному.

А.Ф. Ширяев, рассматривая *синхронный перевод*, отмечает, что деятельность переводчика и каждое действие можно рассматривать состоящим из «1) фазы ориентирования в условиях задачи и выбора плана действий (действия), 2) фазы осуществления и 3) фазы сопоставления результата с намеченной целью»².

Для решения информационно-смысловых проблем переводческой деятельности целесообразно обращать внимание прежде всего на *процессуальный* характер письменного перевода, представить перевод как реализацию определенной программы деятельности. Данная программа, или комплекс переводческих действий, в исследованиях описывается по-разному.

Так, Н.Б. Аристов в работе «Основы перевода» пишет: «Техника перевода складывается из двух моментов: умения быстро устанавливать на основе формальных данных с помощью грамматического анализа принадлежность незнакомых слов к той или иной части речи — как предварительного *этапа* перед обращением к словарю; знания всех особенностей словаря и навыка работы с ним, т.е. умения быстро и точно находить в словаре нужное значение незнако-

¹ См., например, определения, приводимые нами в нашей работе: Крупнов В.Н. Психологический анализ трудностей перевода: канд. дисс. — М., 1971.

² Ширяев А.Ф. Синхронный перевод. — М., 1979. — С. 12.

мых слов»¹. То есть Н.Б. Аристов оперирует понятием «моментов» в переводческом процессе, ориентируясь на перевод текста человеком, еще только овладевающим иностранным языком.

В.Н. Комиссаров рассматривает вопрос об «этапах» переводческого процесса в книге «Слово о переводе»². Он пишет, что «реальный процесс перевода развивается, по-видимому, линейно, и самостоятельными этапами в этом процессе оказываются лишь комплексы действий, необходимых для перевода отдельного отрезка текста... Однако в пределах каждого такого комплекса можно различать два вида действий, составляющие хотя и несамостоятельные, но достаточно ясно выделяемые этапы, которые могут, с известными оговорками, описываться раздельно. К первому такому этапу будут относиться действия переводчика, связанные с «извлечением» информации из оригинала. Ко второму — вся процедура выбора необходимых средств в языке перевода»³.

Мысль о необходимости научного исследования этапов перевода высказывается и другими авторами. Так, П.И. Копанев отмечает: «...наука перевода становится теоретической, имеющей, кроме названных, еще и задачу описать объективным путем *этапы реализации перевода* и вскрыть все литературно-лингвистические, психологические и другие особенности процесса перевода, заложенные в самой природе речевого общения»⁴.

Идея более детального научного описания «реализации перевода» является вполне мотивированной, поскольку именно таким образом, т.е. очертив основные параметры (комплексы) переводческих действий, можно выявить и описать и собственно те действия, которые непосредственно относятся к поисково-информационной сфере.

В данном «Практикуме» мы, однако, хотели бы продолжить развитие этой мысли путем демонстрации роли лексикографи-

¹ Аристов Н.Б. Основы перевода. — М., 1959. — С. 7.

² Комиссаров В.Н. Слово о переводе. — М., 1973. — С. 162—168.

³ Там же. — С. 162.

⁴ Копанев П.И. Вопросы истории и теории художественного перевода. — Минск, 1972. — С. 278.

ческих аспектов перевода. В работах, посвященных методам переводческих исследований, отмечается, что таких методов существует несколько. Весьма значимыми для целей исследования перевода являются *сопоставительные* исследования текстов, т.е. работы по сопоставлению текста оригинала и текстов перевода. Оценивая роль сопоставительной лингвистики, В.Н. Комиссаров указывает, что основным методом исследования «является анализ результатов переводческого процесса путем сопоставительного изучения текстов перевода, т.е. сравнения их с текстами оригинала. Эти тексты представляют собой объективные факты, доступные наблюдению и анализу»¹.

По всей вероятности, всеобъемлющее исследование процесса перевода должно, по нашему мнению, включать в себя как факторы моделирования переводческой деятельности как таковой (изучение и построение моделей перевода), так и конкретные сопоставления.

Используя фактологический материал, в частности, опираясь на результаты проведенных нами сопоставлений оригиналов и переводов текстов, мы пришли к выводу, что в плане описания переводческого процесса целесообразно выделить его основные «звенья»². О целесообразности языковых сопоставлений как приеме изучения и обобщения практики перевода говорят и другие авторы. Г.М. Стрелковский и Л.К. Латышев отмечают: «Очень помогает переводчику знание различных закономерных соответствий между используемыми парами языков...»³. Итак, в процессе перевода мы оперируем определенными стадиями (моментами) реализации переводческих действий.

Первое, что делается в переводе, — это осмысление текста и опознание отдельных слов и фраз. Далее (вторая стадия) — бо-

¹ Комиссаров В.Н. Указ. соч. — С. 25.

² См., например: Крупное В.Н. Пособие по общественно-политической и официально-деловой лексике. — М., 1984. — С. 11—18; *его же*: К вопросу о дальнейшем развитии методики обучения переводу в высшей школе. — М., 1983. — С. 78—84.

³ Стрелковский Г.М., Латышев Л.К. Научно-технический перевод. — М., 1980. — С. 13.

лее глубокое уяснение смысла как отдельных единиц текста, так и более крупных сегментов, например предложений. Третий момент — воссоздание понятого. И, наконец, четвертая последняя стадия (в рамках общей схемы действий) — это «контрольное саморедактирование». Этот элемент действий переводчика также совершенно необходим. Дело в том, что, как правило, именно при контрольном саморедактировании устраняются ошибки, неточности, совершенствуется перевод как таковой. Более того, контрольное саморедактирование ведет к решению стилистических проблем, которые на первых стадиях действий переводчика могут вообще быть незамеченными. Таким образом, мы вполне можем говорить о некоей *модели перевода*.

Контрольное саморедактирование не следует путать с редактированием переводов, что представляет собой самостоятельный вид творческой деятельности¹.

Роль моделей перевода не стоит преувеличивать. Их главная задача — способствовать уяснению того или иного процесса, в данном случае общему уяснению процесса перевода. Ведь хорошо известно, что на самом деле процесс перевода имеет более сложный характер.

Общая схема (модель) переводческих действий В.Н. Крупнова

Стратегия реализации перевода

- I. Опознание слов и общей структуры текста (при первом его прочтении).
- II. Критическое (исчерпывающее) уяснение (понимание) оригинала.
- III. Процесс передачи воспринятой информации.
- IV. Завершающее осмысление и сопоставление перевода (в рамках более широкого контекста).

Роль словарно-поискового фактора

1. Использование словарей для информационно-смысловой ориентировки в тексте.
2. Использование словарей для достижения критического понимания текста (включая самые трудные места).
3. Словари в данном случае не используются.
4. Возможно использование словарей для уточняюще-завершающих целей.

¹ Подробнее о этом см.: Алимов В. В. Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации. — М.: УРСС, 2004.

Вопросы

1. Почему ученые, изучая ту или иную деятельность, стремятся прежде всего ее моделировать?
2. Что должна отражать модель переводческой деятельности?
3. В какой степени образ деятельности письменного переводчика помогает ее осуществлению?
4. Какие потери несет переводчик, который переводит, не зная основных принципов и приемов перевода?
5. Меняются ли принципы перевода в зависимости от характера текста?
6. Меняется ли уровень сложности задач, решаемых переводчиком, в зависимости от характера текста?
7. Можно ли сказать, что в целом переводчик оперирует теми или иными типовыми задачами?
8. Какие типовые трудности перевода отрабатываются в данном «Практикуме»? Перечислите их.
9. Подсказывает ли оригинал переводчику модификацию тех или иных его приемов?
10. Как вы анализируете информацию, содержащуюся в тексте?
11. На каких стадиях переводчик анализирует информацию по модели В.Н. Крупнова?
12. Включаете ли вы словарную информацию в общий анализ информации на основе текста оригинала?
13. Влияет ли дополнительная информация словарей на принимаемые вами решения?
14. Каким образом информация словарей плюс информация оригинала может «преобразовать» ваше решение? Приведите какой-либо пример из практики вашего перевода, когда дополнительная информация словаря повлияла на ваше решение.
15. Что пишет Н.Б. Аристов о переводе?
16. Что пишет В.Н. Комиссаров о развитии «реального процесса перевода»?
17. Почему переводоведы стремятся к более детальному научному описанию перевода?
18. Почему рекомендуется проводить «сопоставительное изучение» перевода с оригиналом?
19. Что это дает лингвистике перевода?
20. Что это дает начинающему переводчику?

21. Что такое «закономерные соответствия в переводе»? Следует ли их знать? Регистрируются ли закономерные переводческие соответствия в словарях?
22. Откройте какой-либо словарь общеупотребительной лексики. Найдите в нем закономерные соответствия. Как бы вы перевели те или иные словосочетания, не зная закономерных соответствий?
23. Следует ли преувеличивать роль моделей перевода?
24. Как вы оцениваете роль словарно-поискового фактора в переводе?
25. Даете ли вы соответствия в переводе сразу или вы используете переводческо-поисковую стратегию? Почему?
26. Можно ли достичь такого уровня совершенства в ваших действиях, что вам словарь в процессе перевода может и не потребоваться?

1.5. Деятельность письменного переводчика как аналитико-интегративный процесс. О единице перевода

При описании перевода, помимо фактора анализа, не менее важно не упускать из виду перевод как целостный феномен. Мы полагаем, что наиболее полного раскрытия понятия «перевод» можно достичь, подходя к переводу как к аналитико-интегративному процессу. В этом смысле вполне правомерно оперировать понятием «анализ через синтез», который относится современной наукой к основному механизму мышления. Вот как писал об этом А.В. Брушлинский: «Основной «механизм» мышления — анализ через синтез (включение познаваемого объекта во все новые связи) — функционирует одновременно на различных уровнях психического: осознанного и неосознанного. Очень наглядно это проявляется, в частности, при актуализации знаний, необходимых для решения данной задачи, и вообще в процессе поисков неизвестного решения, поскольку последнее может быть по-настоящему осознано лишь к концу мыслительного процесса (неизвестное осознается в меру того, как становится известным)»¹.

В деятельности переводчика наблюдается аналогичная картина. Для него познаваемый объект — это прежде всего смысловое содержание, а также все структурно-композиционные особенности текста на фоне «подключения» других связей реального мира. Собственно текстовая информация включается в более широкие связи и взаимосвязи. В лингвистике перевода в таких случаях обычно говорят об учете переводчиком *экстралингвистической информации*. Сюда входит и социально-историческая, и страноведческая, и биографическая информация. Информацию такого рода содержат, в частности, словари.

В процессе своего творчества переводчик не только анализирует текст и его части и оперирует отдельными единицами перевода, но в то же время и интерпретирует информацию на более широком

¹ См.: Брушлинский А.В. Взаимосвязь процессуального и личностного аспектов мышления (методологический анализ) // Мышление: процесс, деятельность, общение. — М., 1982. — С. 22.

фоне. Отсюда можно сделать такой вывод и в отношении обучения переводу: цель состоит не только в том, чтобы обеспечить собственно выполнение переводческой деятельности, но и в том, чтобы эта деятельность выполнялась оптимально в рамках определенной программы. Такие оптимальные параметры деятельности переводчика и есть его *аналитико-интегративная деятельность*. Она аналитическая в том смысле, что перевод невозможен без анализа смыслового содержания оригинала (информационная ориентация), и интегративная в том смысле, что перевод предполагает интеграцию информации в более широкие связи действительности.

Тренировка в области перевода должна приводить к образованию *свернутого* опыта. Что такое «свернутый опыт»? Под свернутым опытом предполагается **умение переводчика решать ряд проблем сразу** на основе творческой интуиции. Профессиональный переводческий труд совершенствуется постепенно. Анализируя трудовую деятельность человека, А.Н. Леонтьев отмечает, что из системы соподчиненных действий постепенно формируется «единое сложное действие»¹. Следовательно, необходима целенаправленная подготовка в области перевода, чтобы роль свернутого опыта была особенно заметной.

Говоря об аналитико-интегративной деятельности переводчика, мы не можем оставить в стороне вопрос о выборе переводчиком единицы перевода. Ведь переводчик не переводит все подряд, а выбирает единицы перевода в процессе деятельности. Т.А. Казакова справедливо отмечает, что стремление начинающих переводчиков переводить пословно, т. е. без реализации стратегии переводческих действий, является ошибкой. Проблему такой ошибки Т.А. Казакова характеризует следующим образом: «Суть этой ошибки состоит в подмене представлений о характере переводимых знаков: вместо речевых единиц, которые собственно и подлежат переводу, переводчик механически подставляет языковые единицы, в то время как в разных языках языковой состав той или иной речевой единицы может не совпадать»².

¹ Леонтьев А.Н. Проблемы развития психики. — М., 1981. — С. 307.

² Казакова Т.А. Практические основы перевода. English/Russian. — СПб.: Союз, 2003. — С. 27.

Так при переводе предложения типа «Погода сегодня ничего», переводя слово за словом, не вдумываясь притом в то, что мы делаем, неопытный переводчик может перевести его буквально: *The weather is nothing today*. Для предложения «Я так занята, что вздохнуть некогда» неопытные переводчики предлагают вариант типа *I so busy, no time to breathe*. Или: *I'm so busy I have never time to breathe*. Как замечает Линн Виссон, это примеры явного буквализма. Подлинные варианты перевода могут быть типа:

I'm so busy/ I'm so swamped I don't have a free minute. Или: *I'm so busy I don't know if I'm coming or going*¹.

Решение вопроса о единице перевода является той областью, где и поныне ломаются копья представителей различных школ и направлений переводческой мысли.

Некоторые теоретики перевода, точки зрения которых даже трудно ассоциировать с какой-либо школой, полагают, что единицей перевода является *слово*. Особенно ревностно эта точка зрения в свое время отстаивалась теоретиками перевода Библии и другой религиозной литературы, которые были искренне убеждены в том, что любой отход от «слова божьего» — это кощунство. Акцент на выборе слова как единицы перевода ставился и в более позднее **время**².

Однако впоследствии как теоретики, так и сами переводчики-профессионалы пришли к выводу, что перевод слово в слово мешает глубокому и полному раскрытию мыслей авторов.

Если слово не может быть единицей перевода, то, по-видимому, надо искать какое-то другое решение. Одно из таких решений предложил Джон Драйден. Его позиция сводилась фактически к игнорированию роли отдельных слов. Этот метод перевода известен в истории перевода как учение Драйдена о *парафразе*. В «Британской энциклопедии» 1911 года издания имеется большая обзорная статья по переводу, в которой, в частно-

¹ Пример из книги Линн Виссон «Русские проблемы в английской речи. Слова и фразы в контексте двух культур». — М.: Р. Валент, 2003.

² Интересный исторический обзор по проблеме единицы перевода можно найти в работе F.R. Amos "Early Theories of Translation". — N. Y., 1920. — Прим. авт.

сти, весьма подробно рассматривается и метод Драйдена. Для того чтобы выполнить перевод идеально, Драйден рекомендовал: «Переводчик, который будет переводить, передавая в какой-то степени силу и дух оригинала, *никогда не должен останавливаться на словах* (курсив наш. — *В.К.*) своего автора. Он должен отдаваться работе полностью, в совершенстве понять гений и замысел автора, характер темы, особенности искусства или предмета, о которых идет речь; тогда он сможет выразить себя столь же верно и с той же жизненной силой, как если бы он сам создавал оригинал; с другой стороны, тот переводчик, который копирует *слово за словом* (курсив наш. — *В.К.*), утрачивает сам дух произведения в процессе утомительной передачи оригинала»¹. Такова рекомендация Джона Драйдена.

Насколько же она осуществима? Может ли она служить в качестве ориентации для переводчика нашего времени? Независимо от того, разделяем ли мы эту точку зрения или сомневаемся в ней, следует признать, что долгое время эта рекомендация служила эталоном в работе переводчиков художественных произведений.

Идентичной позиции придерживались и другие теоретики перевода. Исследователь Уиламовиц требовал сперва как бы мысленно увидеть «картину» оригинала. Уиламовиц отмечал, что переводчик «не должен переводить слова или предложения, а он должен «схватить» и воспроизвести мысли и чувства»². Именно в попытке наиболее точного и адекватного воспроизведения смыслового содержания оригинала и заключаются, по мысли Уиламовица, творческие возможности переводчика. Таким образом, мы видим, в каком трудном положении оказывается переводящий. История перевода показывает, что наиболее стимулирующая критика шла именно от тех, кто в самой трудности положения как раз и усматривал возможность для оригинальных поисков и решений различных проблемных ситуаций (задач). Об этом же свидетельствует и современная теория научения, в соответствии с которой в процессе выполнения тех или

¹ Цит. по: "Encyclopedia Britannica", 1911, ed. — P. 183. — *Пер. авт.*

² Цит. по: *Postgate, J. P.* Translation and Translators. Theory and Practice. — Ldn., 1922. — P. 7.

иных операций человек все более совершенствуется в их выполнении, оттачивая тем самым свое мастерство.

Следует ли из вышесказанного, что в качестве единицы перевода обязательно выступает предложение?

Дж. Миллер пишет, что «подлинная суть психолингвистической проблемы не выявляется **до тех пор**, пока мы не начинаем рассматривать предложения, ибо только тогда важность (речевой) продуктивности становится совершенно **очевидной**»¹. Нам кажется, что такой подход (опора на предложение) является плодотворным. Несомненно, в процессе перевода переводчик располагает большими возможностями в области семантических поисков и решений на уровне предложения. Такой ход рассуждения показывает, что переводчику приходится работать не только над передачей смысла всей фразы, но и над передачей отдельных единиц мысли.

Однако не все исследователи придерживаются такой позиции. Например, Л. Форстер отмечает, что в эпоху Возрождения предпочтительным в переводе был такой принцип: «...**Каждую** фразу рассматривают в ее контексте, взвешивая ее достоинства, а затем переводят ее эквивалентной фразой без учета перевода отдельных слов»². Это, как мы видим, уже совершенно другая точка зрения.

При решении рассматриваемого вопроса, по нашему мнению, прежде всего нужно учитывать факторы адекватности перевода. Может ли быть для нас приемлем принцип перевода, о котором упоминает Форстер? Или перевод целыми «кусками» на основе общего смысла и впечатлений? Или перевод по принципу копирования отдельных слов? Ответ на этот вопрос может быть такой — в зависимости от теоретического подхода к тому, что является единицей перевода, переводящий будет добиваться разных результатов.

Понятие *social welfare*, к примеру, состоит из двух слов *social + welfare*. Слово *welfare* имеет следующее основное значение: «состояние или условие обеспечения здоровья, счастья и процветания», например, *работать во имя благосостояния нации* — **to work for the**

¹ *Miller, G.* The Psychology of Communication. — N. Y., 1967. — P. 72.

² *Forster, L.* Aspects of Translation. Studies in Communication. Vol. 2. — Ldn., 1958. — P. 12.

welfare of the nation. Таким образом, здесь welfare — *благосостояние, процветание*. Отсюда social welfare, казалось бы, должно иметь значение «социальное благосостояние». Однако это не так. Понятие social welfare часто переводится на русский ЯЗЫК как *социальное обеспечение*. Понятие «социальное обеспечение», которое является достаточно терминологичным в русском языке, оказывается крайне «размытым» в английском. В этом можно убедиться по передаче этого понятия на английский язык в ряде современных словарей.

Словарь	Термин	Предлагаемый эквивалент по-английски
«Русско-английский словарь» под общим рук. А.И. Смирницкого. — М., 1969	социальное обеспечение	social maintenance (с. 600)
«Англо-русский словарь» под ред. И.Р. Гальперина	»	social welfare (с. 493)
«Русско-английский социально-экономический словарь» Р.Э.Ф. Смита	»	social security (с. 392)
"Glossary of Economics including Soviet terminology" by F. and M. Clifford Vaughan. - N. Y., 1966	»	public relief (с. 61)

Таким образом, различный перевод на английский язык одного понятия («социальное обеспечение») может изменить и содержание всего текста. Ведь одно дело, когда речь идет о системе социального обеспечения, и другое, когда имеются в виду только отдельные мероприятия в виде социальной помощи (например, public relief). Отсюда вывод — прежде всего необходимо в рамках контекста определить круг понятия «социальное обеспечение», а уж затем оперировать им.

Все это убедительно свидетельствует о том, что для правильного и полного перевода мысли прежде всего необходимо правильно понять и перевести связанные смысловые группы слов, составляющие эту мысль. Следовательно, при оценке перевода надо учиты-

вать не только то, сколь верно переведено все предложение, абзац, текст в целом, но и то, насколько точны найденные переводчиком частные решения для отдельных единиц речи. Передача только общей мысли, общей нити повествования может привести к парафразе, адаптации, пересказу и т.д., что, как отмечалось выше, никоим образом не соответствует переводу в строгом смысле слова.

Оригинальную трактовку понятия «единицы перевода» предлагает Дж. Кэтфорд¹. Поскольку понятие «предложение» можно рассматривать в строго грамматическом плане, то Дж. Кэтфорд удачно использовал этот факт и сделал логичный вывод о том, что при обычном переводе «грамматическая иерархия» может осуществляться на любом уровне.

Вопросы

1. В какой мере нам нужен анализ при переводе?
2. В какой степени нам требуется интеграция действий при переводе?
3. Что имел в виду А.В. Брушлинский, говоря об анализе через синтез?
4. Может ли начинающий переводчик сразу актуализировать свои знания или ему требуется некоторая предварительная оценочно-аналитическая и поисковая работа?
5. Почему лишь в конце процесса анализа и оценки переводчик находит решение?
6. Что такое «свернутый опыт» в работе переводчика?
7. Может ли очень опытный переводчик решать ряд проблем сразу?
8. Что такое «единое сложное действие» (понятие А.Н. Леонтьева)?
9. Какие примеры приводит Линн Виссон в отношении «пословного» перевода с русского на английский?
10. Что такое единица перевода?
11. Какие трактовки вам известны в отношении единицы перевода?
12. Можно ли сказать, что выбор единиц перевода — это один из элементов деятельности переводчика?
13. Какую роль Дж. Миллер отводит предложениям в общей речевой продуктивности?
14. Как переводят лексикографы термин social welfare в разных словарях?

¹ Catford, J. The Linguistic Theory of Translation. - Ldn., Oxford Univ. Press, 1965. 4-4392

1.6. Двухязычные и многоязычные словари и перевод

Принято считать, что **двухязычный словарь** в основном создается для переводчика. Разумеется, и другие пользователи могут пользоваться такими словарями в своей информационной работе, например при чтении иностранного текста, при аннотировании или реферировании текстов, при редактировании переводов и т. д.

Но если иметь в виду прежде всего переводческое назначение словаря, то такой словарь можно назвать «переводным». И, действительно, двухязычный словарь — это всегда определенный итог лексикографической и переводческо-сопоставительной работы. Переводные словари могут быть **двухязычными** (как правило) или могут состоять из ряда языков и быть **многоязычными**. Естественно, что двухязычные словари содержат гораздо больше информации, чем многоязычные.

Языковое посредничество (осуществление переводов) требует наличия самых разных словарей и справочников. Без этого очень трудно добиться быстрого выполнения высококвалифицированных переводов.

Рассмотрим данную проблематику более конкретно.

Вопросы

1. Почему принято считать, что двухязычные словари имеют переводческое назначение?
2. Какой словарь дает переводчику больше информации — двухязычный **или** многоязычный?
3. Требуются ли переводчику разные словари при его языковом посредничестве?

Задание. Прочитайте следующие словосочетания и предложите свои варианты перевода. Запишите ваши решения в словарь.

- | | |
|--------------------------|---------------------------------|
| 1. add fuel to the fire | 3. student activist |
| 2. ad hoc advisory group | 4. administration of safeguards |

.6. Двухязычные и многоязычные словари и перевод

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| 5. receive an advance on royalties | 16. authorized fund |
| 6. professional advancement | 17. have an axe to grind |
| 7. formidable adversary | 18. axe-grinder |
| 8. along the same lines | 19. foreign trade balance |
| 9. dummy ammunition | 20. meet one's end of the bargain |
| 10. anchorman | 21. bean counter |
| 11. angle for unbiased reporting | 22. policeman's beat |
| 12. architect of this concept | 23. big cheese |
| 13. assignments to the budget | 24. anti-union bill |
| 14. associate expert | 25. utility bill |
| 15. use presidential authority | |

Теперь сопоставьте ваши переводы с теми, которые даются в словарях:

- | | |
|---|---|
| 1. подливать масла в огонь | 15. использовать (задействовать) президентские полномочия |
| 2. специальная консультативная группа | 16. уставный фонд |
| 3. студент-активист | 17. преследовать корыстные цели |
| 4. осуществление гарантий | 18. человек, преследующий свои корыстные цели |
| 5. получить аванс в счет гонорара | 19. внешнеторговый баланс |
| 6. профессиональный рост, продвижение по службе | 20. выполнить свою часть условий сделки |
| 7. грозный противник | 21. бухгалтер, счетовод |
| 8. на ту же тему | 22. район патрулирования полицейского |
| 9. учебные боеприпасы | 23. ключевая фигура |
| 10. ведущий программы (по радио, телевидению) | 24. антипрофсоюзный законопроект |
| 11. стремиться к объективному освещению событий | 25. счет за коммунальные услуги |
| 12. автор этой идеи | |
| 13. отчисления в бюджет | |
| 14. младший эксперт | |

Сопоставив свой вариант с образцом, в каких случаях вы допустили ошибку? Почему? В каких случаях (как вам кажется) ваш перевод был лучше? Почему? Обсудите эти случаи.

1.7. Раскрытие смысловой структуры слова и его значений через двуязычный словарь

Итак, мы знаем, что для нахождения тех или иных оттенков значения слова в словаре важно, чтобы эти оттенки были представлены в словаре. Вот почему разные словари обладают разной ценностью для переводчика. То есть вопрос о разработанности смысловой структуры слов стоит очень остро. **Я.И. Рецкер**¹ по этому поводу отмечал, что многозначность (детально разработанная в больших словарях) реже затрудняет квалифицированного переводчика, чем так называемые «слова широкой семантики». Например, слово *facilities* в сочетании с другими словами образует единицы, которые трудно поддаются переводу.

compensatory financing facilities	программа (механизм) компенсационного финансирования
dockage facilities	судоремонтные мощности
Extended Bank facilities	расширенная программа банка
extended facilities	система кредитов с более длительным сроком погашения
favourable credit facilities	программы льготного кредитования
IMF oil facilities	«нефтяной» кредитный фонд МВФ
multilateral guarantee facilities	система многосторонних гарантий
overdraft facilities	возможность овердрафта
port facilities	портовые сооружения и оборудование
productive facilities	производственные мощности
recreational facilities	условия для отдыха
social facilities	сфера социального обслуживания
special facilities to extend credits and subsidize interest charges on borrowed commercial funds	специальный фонд для предоставления кредитов и субсидирования процентных платежей по коммерческим займам
statistical facilities	статистический аппарат

¹ **Рецкер Я.И.** Теория перевода и переводческая практика. — М.: Междунар. отношения, 1974.

storage facilities	складское помещение, складские площади (емкости)
training and production facilities	учебно-производственная база

Трудности студента, работающего с двуязычным словарем, однако, не сводятся к степени полноты зарегистрированной информации, к многозначности слова или словам широкой семантики. Вот как об этом свидетельствует **В.П. Берков**: «Однако в ряде случаев неверное деление переводимого слова на значения может иметь следствием и прямые ошибки у человека, работающего с таким словарем»¹.

По мнению **В.П. Беркова**, в выделении значений слова есть еще много нерешенных проблем². К этому весьма справедливому замечанию лексикографа мы хотели бы добавить, что число таких проблем будет возрастать, поскольку современная эпоха отмечена рождением огромного количества новых слов и значений. А следовательно, и проблема учета, классификации, отражения в словарях новых единиц приобретает более острый характер. В решении этого вопроса, а также проблем терминологии никогда не следует забывать о природе общения человека с помощью языка.

Вопросы

1. Почему слово *facilities* можно отнести к категории слов широкой семантики?
2. Проанализируйте примеры перевода слова *facilities*.
3. Что вы как переводчик должны сделать, если вы сомневаетесь в полноте регистрации значений в словаре?
4. Нужны ли регистрации узуса, чтобы точнее судить о выделении тех или иных значений слова?
5. Почему нам важно знать природу двуязычной коммуникации?

Берков В.П. Слово в двуязычном словаре. — Таллин, 1977. — С. 61.

См.: **Берков В.П.** О словарных переводах//Мастерство перевода. — М., 1971. — № 8.- С . 351.

Задание. На основе анализа контекста установите конкретное значение слова *facilities* в сочетании с другими единицами.

1. The *conference facilities* are good enough for interpretation.
2. The *airport facilities* here are quite modern.
3. Many people prefer to go to the Black Sea. This is so because the *leisure and play facilities* are up to the mark there.
4. Soccer is popular in England. At many stadiums the *sports facilities* are modern.
5. I like to shop here because the *shopping facilities* are so good.
6. Are there *any baby changing facilities* here?
7. The chemists who work for this laboratory get excellent results. Do you know why? I guess it's because of fantastic *laboratory facilities*.
8. I will make full use of the *computing facilities*.
9. Can you describe *the facilities* here? — Yes, I can. They include a large indoor pool, *jacuzzi* and sauna.
10. Unfortunately in our school there are *no facilities* for teaching music.
11. This hotel provides *excellent facilities for children*.
12. There are plans to improve *toilet facilities* at this station.
13. Does the company offer *any facilities* for the employees with kids?
14. This is a good repair station. — Oh yes, we call it a *repair facility*.
15. Is it only pilot production here? — Yes, it's *pilot production facilities*.
16. You plan a complex repair. What about the necessary *repair facilities*?
17. The newly appointed minister talked in detail about *the facilities intended for social needs*.
18. I believe that *biological warfare facilities* are quite dangerous.
19. What we should spend our money on is our *cultural facilities*.
20. The local administration takes care of *the communal facilities*.
21. *Oil facility* is a well-known term. It means an assistance programme in investments to member nations of the IMF.

1.8. Британские и американские словари, их особенности и проблемы перевода

Великобритания, конечно, славится своими словарями. В результате мы имеем словари на самые разные темы. В современных пособиях по лексикологии и лексикографии можно найти весьма подробные обзоры словарей в Великобритании и США, и мы полагаем, что работы такого рода должны изучаться филологами. Например, в обзоре словарей Н.Б. Гвишиани¹ сообщается о тех словарях, которые посвящены вопросам культуры, философии, языкознания. Имея сведения о словарях такого рода, переводчик может воспользоваться ими и решить свои практические проблемы.

Например, для лингвистов, как констатирует Н.Б. Гвишиани, словари служат своего рода готовой «базой данных», используя которую можно проверить те или иные лингвистические теории.

В этом смысле задача лексикографии — это анализ и сравнение различных способов употребления лексических единиц, зафиксированных в текстах или в отдельных речевых отрезках. Смысл такого рода анализа состоит в том, что можно будет дать систематическое описание смысловой структуры слова, учесть все его значения. Другими словами, исследование словарей неизменно обогащает филолога. Но в равной степени, по нашему мнению, такая «словарная работа» обогащает и переводчика, особенно начинающего. С точки зрения раскрытия значений слов, интерес представляет и факт сопоставления методов раскрытия значений в словарях и энциклопедиях. Поскольку, как отмечает Н.Б. Гвишиани, и в том и в другом случае лингвист знакомится с вокабуляром, то надо полагать, что подобные сопоставительные исследования (слово в словаре и слово в энциклопедии) могут быть интересны и для переводчика.

Британские словари, в отличие от американских, в меньшей степени технологические. С другой стороны, в век развития тех-

¹ Гвишиани Н.Б. Современный английский язык. Лексикология. - М.: Изд-во МГУ, 2000. - С. 173–205.

ники, во-первых, полезно иметь и словари, которые сообщают нам много фактов технического порядка. Во-вторых, в технологическом словаре можно найти много имен собственных, псевдонимы исторических деятелей, поэтов, художников, названия произведений искусства, имена важнейших героев литературных произведений. В результате словарь неизбежно обретает энциклопедический характер. Словарь Вебстера 1934 года издания вполне можно назвать *образцовым* энциклопедическим словарем английского языка, хотя в некоторых отношениях он уже частично устарел.

Каждое слово в этом словаре трактуется весьма подробно и четко. Ясность изложения сведений — его важнейшее преимущество. Это один из авторитетнейших справочников по американскому словоупотреблению. Что касается третьего издания словаря Вебстера (1961), то оно, по существу, представляет собой словарь нового типа, поскольку в его основу положены иные лексикографические принципы. В отличие от словаря Вебстера 1934 года, третье издание (1961) по своей направленности является скорее информирующим, чем предписывающим. Составители третьего издания словаря значительно сократили систему помет, что, по нашему мнению, в существенной мере снизило его ценность для переводчика. Кроме того, в третье издание не попали многие архаизмы и диалектизмы.

Положительным, однако, является то, что в новое издание составители включили около 50 тыс. новых слов (в основном из сферы науки и техники) и зарегистрировали примерно 50 тыс. значений, появившихся в английском языке с 1934 года (т. е. имеются в виду новые значения старых слов). В связи с тем что составители третьего издания отказались, по сути дела, от строгой регламентации в вопросах словоупотребления, в сфере издания современных английских толковых словарей образовался известный пробел. По-видимому, учитывая этот явный недостаток третьего издания, составители "The American Heritage" поставили вопрос словоупотребления в центр своего внимания. Составители этого словаря вполне справедливо отмечают в предисловии, что «без общей договоренности в отношении значений большей части слов коммуника-

ция станет невозможной»¹. Разумеется, издательская фирма словаря "The American Heritage" не была единственной, разделявшей такую точку зрения. "The Random House Dictionary" — другой крупный американский словарь также вполне можно отнести к традиционному типу энциклопедических словарей. Весьма интересным для переводчика может быть "Webster's Seventh New Collegiate Dictionary", представляющий собой сокращенный вариант третьего издания Вебстера.

Толковые словари, словари энциклопедического типа, следует всячески рекомендовать переводчику-профессионалу. **Во-первых**, толковые английские словари нередко дают *более подробную* классификацию значений слова, чем параллельные (переводные) словари. Это объясняется отчасти их большим объемом (до 600 тыс. словарных статей), а отчасти — другими способами раскрытия значений.

Во-вторых, преимущество использования в переводе толкового словаря состоит в том, что благодаря такому словарю переводчик в существенной мере может **уточнить значения той или иной лексической единицы**.

В-третьих, приводимые в двуязычных словарях переводные варианты могут не соответствовать контексту. Они могут быть, например, **чересчур стандартны, литературны** и, таким образом, обесцвечены, что особенно заметно при переводе сленговой лексики. В таком случае можно попытаться вывести искомое значение, отталкиваясь от приведенных в англо-русском словаре. Так, для политического термина trimmer БАРС дает очень удачные переводные варианты: *приспособленец, оппортунист*. Переводчику, отталкиваясь от этих вариантов, нетрудно дать другой, искомый — например, *конъюнктурищик*. Однако если такая попытка все же будет неудачной, то единственный выход — обращение к английскому толковому словарю.

В-четвертых, переводной словарь не всегда дает исчерпывающее представление о подлинной смысловой структуре английского слова, оттенках его значений. Переводчику нужна суть

¹"The American Heritage Dictionary of the English Language". Разд. "Good Usage, Bad Usage, and Usage". - N. Y., 1969. - P. XXI- XXIV - *Пер. авт.*

иностранным словом. Знание природы слова, круга его реализуемых значений может дать переводчику нужный толчок для его памяти. В пользу толкового словаря можно привести и то соображение, что он раскрывает в слове подлинные семантические характеристики, не прошедшие еще через фильтр лексикографа, склонного давать стилистически нейтральные, обобщающие переводческие решения. Так, термин *split ticket* в сознании американца в какой-то степени еще сохраняет свою образность — **букв.** «расколотый бюллетень». По-русски же мы передаем значение этого термина *описательным путем*: «бюллетень, с помощью которого избиратель голосует за представителей двух (или нескольких) партий». То же самое можно сказать в отношении термина *straight ticket* — «бюллетень, с помощью которого избиратель голосует за всех кандидатов одной партии». Из русских переводов не следует яркого смыслового противопоставления двух терминов, в то время как по-английски термины *split ticket voter* и *straight ticket voter* как бы являются противопоставлениями.

Пятым преимуществом использования толковых словарей по сравнению с двуязычными является возможность **узнать с помощью толкового словаря этимологию слова**. Знание этимологии слова может вооружить переводчика новыми идеями.

Наконец, **шестой** довод в пользу одноязычных словарей — их энциклопедичность, достоверность информации.

Отмеченные выше типы словарей являются наиболее известными. Большой популярностью среди современных переводчиков пользуются, например, словари типа «тезаурус» (*thesaurus*). [Термин «тезаурус» (**букв.** «хранилище») обозначает словарь особого типа.] К ним относится, например, известный английский словарь П. Роже¹. Это тематический словарь широких рядов синонимов и антонимов. Он имеет исключительно важное значение для переводчика: перебирая цепочку близких по смыслу слов, переводчик — особенно в наиболее трудных случаях — может найти именно тот словарный эквивалент, который больше всего подходит по контексту, но который он сам не мог вспомнить.

¹ *Rogee, P.* Thesaurus of English Words and Phrases Classified and Arranged as to Facilitate the Expression of Ideas in Literary Composition. New ed. Revised and Enlarged by Robert Dutch. — Lnd., N. Y, Toronto, 1962.

Таким образом, словарь типа «тезаурус» крайне необходим при переводе как на русский язык, так и на английский. В тезаурусе объектом регистрации могут быть не только слова из «общего английского» (*General English*), но и слова из области сленга. Ярким примером в этом отношении является словарь "Slang Thesaurus"¹.

Например, для стандартных английских слов дается сленг:

1. *weapon* (оружие)²: *enforcer, heat, persuader, piece, tool*
2. *clubs* (дубинки): *life preserver, sap, slug*
3. *brass knuckles* (медные пряжки): *brassies, iron mikes, knuckle dusters, knucks, maulers*
4. (спец. употребление в значении «кнут») (прут, палка): *pimp sticks*
5. *pocket knife* (карманный ножик): *chiv, toothpick*

Весьма удобным инструментом в словаре является указатель единиц сленга. Все термины в нем даются в алфавитном порядке, и таким образом их чрезвычайно легко найти. Роль словаря такого рода очень высока как при работе с художественной литературой и публицистикой, так и при переводе деловой литературы.

Учитывая тот факт, что тезаурус постоянно обновляется, его можно рекомендовать в настоящее время и для переводчика. В основе структуры словаря Роже — принцип категорий. В соответствии с этими категориями словарь делится на шесть основных разделов: *абстрактные понятия, пространство, материя, интеллект, воля, чувства*. Каждый из разделов, в свою очередь, разбит на ряд тем и подтем, общее число которых равняется одной тысяче. В итоге читатель получает уникальные, емкие, подробные списки синонимов и антонимов.

Стремясь еще более приблизить этот словарь к потребностям современного читателя, в 1964 году в США выпустили в свет новое его издание, в котором лексика регистрируется тем же гнездовым способом, но уже в форме обычного

"Slang Thesaurus" by J. Green. 2nd ed. — Penguin Books, 1999.

Перевод в скобках наш. — В.К.

словаря¹. Например, раздел *thought* — «мысль» в новом словаре выглядит следующим образом: *thought, thinking, reflection, cogitation, consideration, contemplation, rumination, meditation, study, speculation, theorization* и т.д. Далее приводится группа фразеологических синонимов: *train of thought, second thought*, а затем даются глаголы в значении «думать»: *think, reflect, cogitate, deliberate, contemplate, meditate, ponder, puzzle over, muse, speculate, brood over, mull over, sweat over (colloq.), pore over, rack (ransack, beat or cudgel) one's brains, celebrate, set one's wits to work* и т.д.

Лексикограф Ч. Лейрд, используя тот же принцип категорий, построил аналогичный словарь, но уже на основе словаря Вебстера².

Вопросы

1. Какие словари являются предметом обзора в курсе лексикологии Н.Б. Гвишиани?
2. В каком смысле словари служат «базой данных» для лингвистов?
3. Какие словари более технологичные: американские или британские?
4. Почему словарь Вебстера 1934 года считается образцовым?
5. В чем состоят особенности словаря "The American Heritage"?
6. Какими преимуществами обладают толковые и энциклопедические словари в плане информации, нужной переводчику? Перечислите основные положения.
7. Почему словарь П. Роже является знаменитым?
8. Может ли сленг быть объектом регистрации в тезаурусе?
9. Какие сленговые варианты даются для обычных единиц в тезаурусе сленга? Для слова *weapon*? Для слова *clubs*? Для слов *rocket knife*?

¹ См.: *The New Roget's Thesaurus in Dictionary Form* / Ed. by Norman Lewis (Revised, Greatly Expanded). — N. Y., 1964.

² См.: *"Webster's New World Thesaurus"* by Ch. Laird. — N. Y. and Cleveland, 1971.

1.9. Словари синонимов и антонимов и их роль в переводе

В каком бы жанре мы не работали, словари синонимов и антонимов практического характера (для журналистов, писателей, переводчиков) всегда играют активную роль. При этом переводчик должен, прежде всего, иметь в виду контекст, то содержание текста, в которое он погружается. Подбирая тот или иной синоним, он должен исходить из замысла автора, а не просто просматривать синонимический ряд в целях нахождения какого-то другого синонима из этого ряда. Подбираемая переводчиком лексика¹ должна органически вписываться в этот контекст.

Поскольку синонимических словарей в США и Великобритании издано превеликое множество, то отбирать для целей перевода надо словари, ориентированные на конкретные группы читателей. Скажем, словари для писателей хорошо подходят для журналистов и писателей, а словари для технических работников могут подойти редакторам технической литературы. Ниже мы даем краткий комментарий в отношении словарей, которые отвечают интересам переводчиков.

Условно синонимические словари можно разделить на две категории: *объяснительные* и *серийные*. К объяснительным относятся, например, словари фирмы «Мерриам-Вебстер». Одним из известных словарей синонимов является словарь Аллена — "Allen's Synonyms and Antonyms" (London, 1938).

В нем в алфавитном порядке для каждого слова дается список синонимов и антонимов без раскрытия значений. Объектом регистрации являются не только общелитературные слова, но и сленг, арго, коллоквиализмы. Последняя редакция относится к 1949 г. Словарь переиздается.

Другой словарь синонимов — это словарь Крэбба — "Crabb's English Synonyms" (N. Y., 1945). Построен по алфавитному принципу, неоднократно переиздавался. В настоящее время включает многие новые слова и определения к ним. Ценным в словаре Крэбба является то, что в нем даются не только группы синони-

"Slang Thesaurus" by Jonathan Green. 2nd ed. - Penguin Books, 1999.

мов, но и разъясняются их оттенки значения, а также даются иллюстрации и рекомендации в отношении употребления синонимов в речи.

Интересен для переводчика справочник "Funk and Wagnalls Standard Handbook of Synonyms, Antonyms, and Prepositions" (Funk & Wagnalls, 1947). В словаре рассматриваются 6000 синонимов и 4000 антонимов к ключевым словам.

Совсем иной подход в словаре Г. Хогана¹: в нем передаются фактические коммерческие особенности рекламного дела в чисто американском духе, а именно: advertise, v load, plug, plump, whistle-stop, presell, merchandize, high-pressure, precondition, pitch. Заметим, что по составу синонимического ряда между двумя данными словарями синонимов нет ни единого совпадения. Это говорит также и о различии в средствах выражения. При анализе существительного *реклама* контраст оказывается еще заметнее.

Словарь синонимов Р. Соула раскрывает понятие «реклама» следующим традиционным образом: Advertisement, n Announcement, notification, information, notice, proclamation, promulgation, trumpeting. В словаре Г. Хогана «реклама» передается словом advertising, а синонимический ряд представлен следующими словами: air time, build-up, carcard, commercial, cross-couponing, grease-pencil, insertion, media, Motorama, off-card rate, opener, plug, pre-selling, pitch, press-agentry, sell, singing commercial, skytyping, smash, snob appeal, spot radio, storecast, tag-in, throw-away, tombstone ad, translight, point-of-sale, point-of-purchase, handout, hoopla, public relations, continuity, lookline.

Нетрудно заметить, что Г. Хоган выражает понятие «реклама» не через традиционный набор близких по смыслу слов, а через перечень различных **практических форм рекламы** в условиях частного американского предпринимательства. Более того, лишь будучи знакомым со всеми формами рекламы, переводчик или журналист смогут должным образом использовать эти подсказки. Поясним нашу мысль с помощью краткого комментария к тем формам рекламы, которые перечисляет автор.

¹ Hogan H. Dictionary of American Synonyms. — Phil. Libr., 1956.

Air time. В США под air time имеется в виду то время в эфире, которое «покупается» частными рекламодателями у владельцев радио- или телестанций для рекламирования своих товаров. То есть в Америке air time — это своего рода товар.

Build-up. Существительное build-up — производное от глагола to build up — в американском варианте английского языка означает *создавать рекламу, популярность, нагнетать интерес к какому-л. вопросу*, например, путем публикации ряда статей или телепередач, постепенно все более усиливающих эмоциональное воздействие на аудиторию. Build-up — это специальное понятие, можно сказать, своеобразный элемент рекламного искусства по созданию впечатления: 1. *реклама хвалебные комментарии, предваряющие выступление* (по радио, телевидению и т.п.); 2. *воен. сосредоточение; наращивание* (сил, средств).

Carcard. Слово carcard — это отражение той всеобщей «рекламной психологии», которая постоянно создается и внедряется в сознание масс как часть американского образа жизни. Под carcard имеется в виду *афиша, рекламный плакат, установленный на средствах общественного транспорта*. Например: carcards in the New York area *рекламные объявления и афиши на общественном транспорте в черте города Нью-Йорка*. Сравните также: display, poster. Слово carcard трудно понять в отрыве от страноведческого контекста.

Commercial — это краткое рекламное объявление по радио или телевидению. Естественно, что когда по телевидению через каждые, допустим, 10 минут даются такие «объявления-вставки», то они нарушают полноценное восприятие новостей, фильма или театральной постановки. Стоимость таких «объявлений-вставок» в США баснословно высока. Слово commercial в сознании американцев действительно фигурирует как синоним понятия advertising. По продолжительности t.v. commercial может быть от нескольких секунд до минифильма на 3 или более минут. То же самое относится и к radio commercial.

Cross-couponing — распространение всякого рода «купонов», в которых указывается снижение цен на те или иные товары только в отдельные дни. Рекламные публикации торговых фирм, брошюры, объявления, содержащие рекламные купоны, могут раздаваться бесплатно.

Grease-pencil — пишущее средство типа фломастера, с помощью которого делаются всякого рода яркие надписи.

Insertion. В Англии и США — это всякого рода рекламные брошюры и отдельные вкладыши (insertions). Они действительно вкладываются в почту, в газеты, журналы, альбомы пластинок.

Media. Здесь подразумеваются средства массовой информации, но не в их основной информационной функции, а во второстепенной роли — в качестве средств рекламы товаров и услуг.

Motorama. В США — это торговое имя фирмы «Дженерал моторс», рекламирующей новые марки автомобилей. Обычно яркое зрелище в виде специальных выставочных стендов.

Off-card-rate. Как термин из области рекламы off-card-rate — это сниженная расценка за помещение рекламы, о которой «по секрету» сообщается тому или иному рекламодателю (в обход существующей общей практики).

Opener — *шанс, возможность*, которая якобы «неожиданно» открывается перед кем-л. и на которой, если немедленно воспользоваться предложением, можно хорошо «заработать». Например: This was an opener he had long been looking for. *Это был как раз тот случай (купить выгодно такой-то товар), которого он так долго ждал.*

Point-of-sale — постоянная реклама в месте продажи товаров какой-л. фирмы. Поскольку «лозунги-призывы» одни и те же, то они довольно легко запоминаются и служат для покупателей как бы символом и ориентиром на будущее.

Point-of-purchase, также **point-of-purchase advertising** — всякого рода специальные рекламные щиты или надписи у той или иной торговой точки (retail outlet), которые представляют собой постоянную рекламу определенного магазина. Например: It's smart to be thrifty! как лозунг-призыв у всех универсальных магазинов фирмы Масы: *Выгодно быть экономным!*

Handout — рекламный листок или брошюра, которые бесплатно раздаются (букв. «вручаются») прохожим, т.е. обыкновенная реклама товаров. Но иногда это своего рода press release; так, во время предвыборной кампании handout может представлять собой политическую брошюру, в которой содержатся биографические сведения о кандидате, его взглядах на те или иные злобо-

дневные вопросы, а также подводится итог его деятельности (record).

Hoopla относится к шоу-бизнесу в США. Также **ballyhoo**. Существует и сленговое выражение **hoop and holler**. Например: the hoopla of a circus parade *шум циркового зрелища*. В американском цирке действие обычно происходит сразу в нескольких местах. Отсюда hoopla *всеобщий шум, ликование*.

Public relations. Имеется в виду рекламная деятельность фирм или организаций. (Термин public relations имеет и ряд других значений.)

Continuity. В американской рекламе это постоянное или длительное воздействие средств рекламы (например, плакатов, надписей) или рекламной кампании на аудиторию в отношении того или иного предмета или вопроса. Ср.: captured audience *реклама, от которой невозможно скрыться* (букв. «люди, попавшие в плен рекламы»).

Lookline — степень привлекательности еженедельника с рекламной точки зрения в небольших населенных пунктах.

Plug. Слово plug имеет ряд значений. Во-первых, plug — это так называемая *назойливая реклама* (obtrusive advertising). Во-вторых, plug может иметь значение *краткая, незаметная рекламная вставка*, особенно в радиопрограмме. В-третьих, plug означает *словечко, замолвленное за кого-л.* Например: He put in a plug for his friend. *Он замолвил словечко за своего друга.*

Pre-selling. Как буквально следует из названия pre-selling, в США — это практика предварительной договоренности в отношении сбыта «будущей» продукции фирмы. Имеется в виду такое рекламирование, которое побуждало бы покупателей товаров заранее сделать заказ на определенную продукцию (как только она появится в продаже).

Pitch — американский сленг — *рекламная шумиха, навязчивая реклама* (obtrusive advertising), часто в виде легко запоминающихся мелодий, стихов и т.п.

Press-agentry *деятельность специалиста по рекламе.*

Sell. В американском варианте английского языка to sell в разговорной речи означает *рекламировать что-л. или кого-л.* A hard sell *назойливая, грубая реклама, давление.* A mild sell *«завлекаю-*

щая» реклама (разного рода обещания). **To sell a political candidate** *рекламировать политического кандидата*.

Singing commercial *песня-реклама*, обычно с легко запоминающимися словами и мелодией. Многие американцы помнят наизусть сотни подобных песен-реклам.

Skytyping — это новый вид «агрессивной», навязчивой рекламы. Группа реактивных самолетов бороздит воздушное пространство таким образом, чтобы в небе оставался ясный след (typing), который можно было бы прочесть. Обычно это тот или иной лозунг-призыв. Как правило, достаточно «высечь» в воздухе всего лишь несколько букв, чтобы можно было догадаться, о чем идет речь. Например, сообщение даты матча популярной футбольной команды или названия команды. Такая реклама имеет колоссальный эффект, так как привлекает множество любопытных взоров.

Smash — «бескомпромиссная» реклама в газете или журнале. **Full-page smash** *дерзкая реклама на всю газетную страницу*. Тот или иной факт категорически утверждается как само собой разумеющаяся истина.

Snob appeal — особое оформление товара или упаковка той или иной продукции таким образом, чтобы ее внешний вид удовлетворял самым «высоким» запросам или самым изысканным вкусам публики.

Spot radio — радио- или телереклама в виде кратких объявлений, обычно в сенсационном духе. **To buy spot commercials** «*покупать*» *краткие радио- или телеобъявления* (у радио- или телекорпораций).

Storecast — специальная реклама, которая сообщается в магазинах по радио для покупателей, находящихся в магазине в данный момент. Следует обратить внимание на то, что в зависимости от типа магазина может меняться и уровень рекламных призывов. Цель — создать мгновенный ажиотаж.

Tag-in — американский сленг — вводная фраза или небольшой забавный рассказ ведущего радио- или телепрограммы о том или ином событии как раз перед моментом «включения» рекламы. Подобная фраза как бы устанавливает «контакт» с рекламируемым изделием. Используется и авторитет диктора.

Throw-away предмет разового пользования. Может означать предмет, листок, брошюру, образец товара, специально предназначенные для бесплатной раздачи широкой публике в целях рекламы. Например, пачка сигарет маленького размера.

Tombstone ad. — прямое, «дерзкое», деловое рекламное заявление, т.е. без каких-л. элементов «заигрывания с публикой».

Translight — изображение, спроецированное на стекло с подсветом как один из способов рекламы товаров.

Г. Хоган, конечно, приводит здесь лишь малую толику из гигантской системы приемов и способов рекламы в США.

Вопросы

1. Почему словари синонимов и антонимов всегда активно используются переводчиком?
2. Почему не всякий синоним подходит для задач переводчика?
3. На какие две категории условно можно разделить синонимические словари?
4. Что вы знаете о словаре "Allen's Synonyms and Antonyms"?
5. Что вы знаете о словаре "Crabb's English Synonyms"?
6. Сколько синонимов и антонимов зарегистрировано в словаре "Funk and Wagnalls Standard Handbook of Synonyms, Antonyms and Prepositions"?
7. Что вы знаете о словаре Хогана?

1.10. Энциклопедические словари и перевод

Преимущество энциклопедического словаря перед любым двуязычным словарем — большая информативность, большее число цитат и иллюстраций. Кроме того, современные энциклопедические словари издаются быстро, оперативно и во все большем тематическом разнообразии, что как раз и требуется для современного переводчика. Энциклопедические словари ставят перед собой цель — дать всестороннюю справку о том или ином слове, понятии, явлении. Иногда их называют также толковыми. Всемирно известным словарем такого типа является, например, третье издание словаря Вебстера, в котором дается толкование примерно 460 000 единиц, представленных в виде словарных статей (entries). Существует также приложение к словарю Вебстера, насчитывающее 6 000 слов. Это новая лексика и новые значения. Однако энциклопедические словари могут иметь и более специализированный (отраслевой) характер, т.е. давать справки по каким-то отдельным, специальным, техническим отраслям знаний.

В зависимости от места издания энциклопедические словари принято делить на *британские* (оксфордские) и *американские*.

Основой для многих оксфордских изданий послужил "Oxford English Dictionary" (O.E.D.), также известный в Англии под названием "The New English Dictionary" (N.E.D.). По-русски он известен под названием «Большой Оксфордский словарь» (Б.О.С.).

Основная цель двенадцатитомного Оксфордского словаря, когда он создавался, состояла в том, чтобы дать «страницу жизни» каждому английскому слову. Отсюда историко-документальный или, точнее, лингвистический и этимологический уклон словаря. Это уникальный словарь, не знающий себе равных в мировой лексикографии. Составителями данного словаря являются ряд выдающихся английских лингвистов: Герберт Колридж (H. Coleridge), Дж. Маррей (J. Murray) и многие другие. Издание словаря растянулось на несколько десятков лет — с 1884 по 1928 г. В литературе отмечается, что главной целью редакто-

ров Б.О.С. было проследить историю каждого слова, включенного в словарь, с момента его появления в английском языке. В некоторых случаях это история развития значений слов с 1150 г. до наших дней.

Преимущество данного словаря перед другими, помимо прочего, — в обилии цитат-иллюстраций с точным указанием даты. Таким образом, словарь документально свидетельствует, когда и в каком именно конкретном значении искомое слово вошло в словарный состав английского языка. Сама постановка вопроса в таком плане (датирование рождения слов и развития их значений) придала лексикографии статус строгой науки.

Ввиду необычайно большого объема словаря (16 550 с.) Б.О.С. долгое время не переиздавался. Ощущалась острая потребность в дополнительном приложении к Б.О.С. Это приложение теперь издано — "The New Supplement", и оно составило три тома. В отличие от предыдущих изданий, в новое приложение вошли те слова, которые употребляются в современной разговорной речи, но которые раньше были исключены «по соображениям технического порядка или мотивам приличия».

Новые тома заменяют приложение к словарю, которое было издано в 1933 г. Приложение 1933 г. остается в силе как самостоятельный лексикографический труд. Но лексикография не стоит на месте, и естественно, что и в дальнейшем будут появляться все новые и новые приложения с датами рождения новых слов и значений. О масштабах работы лексикографов, работавших над приложением, свидетельствуют следующие данные. Том I в виде приложения содержит 18 000 основных словарных статей, в которых показана реализация 30 000 значений. Приводится множество различных словосочетаний. В иллюстративных целях даются 130 000 цитат только в первом томе.

Примерно тот же объем имеют и другие тома. Например, слово *back-pack* иллюстрируется в словаре (том I) в виде различных текстовых реализаций за 1914, 1921, 1930, 1946, 1966 и 1969 гг. Приложение к словарю само по себе ждет оценок и изучения.

Большой Оксфордский словарь высоко оценивается российскими учеными. Так, Л.П. Ступин в своем труде «Лексикография английского языка» посвящает ему целый раз-

дел¹. Л.П. Ступин указывает, что работа над Б.О.С. была своего рода «национальным предприятием», т.е. получила исключительно широкую поддержку ученых и британской общности. Данный словарь, по мнению Л.П. Ступина, является новой вехой в развитии английской одноязычной лексикографии. С этой оценкой нельзя не согласиться.

"The Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principles" ed. by William Little, H. W. Fowler, and Jessie Coulson. Revised by C. T. Onions (Oxford Univ. Press, 1973) в двух томах впервые был издан в 1933 г. и переиздан в 1936 г. В сокращенном Оксфордском словаре, так же как и в тринадцатитомном словаре (включая Дополнение), дается справка по истории развития значений английских слов (202 тыс. словарных статей). Последнее издание словаря, выпущенное в свет в 1973 г., содержит уточненную этимологическую информацию и Дополнение, в котором рассматривается новая лексика английского языка. В словаре в сжатой форме дается та же информация, что и в Б.О.С., об истории, этимологии и семантике словарного состава английского языка. В основном этот словарь нужен филологам.

Другим широко известным оксфордским изданием является словарь "The Concise Oxford Dictionary of Current English" ed. by J. V. Sykes (Oxford Univ. Press, 1976). В словаре Сайкса содержится 74 000 словарных статей. Он весьма популярен среди тех, кто в своей речевой практике ориентируется главным образом на британский вариант английского языка в отличие от американского.

Словарь имеет долгую историю. Впервые он был издан еще в 1911 г. Взяв за основу информацию "Oxford English Dictionary", его составители Г.В. Фаулер и Ф.Г. Фаулер создали труд, не поддающийся сравнению с другими подобными работами. Не следует забывать, что данный словарь самобытен сам по себе, хотя и базируется на справочном материале двенадцатитомного "Oxford English Dictionary".

Из упомянутых 74 000 словарных статей 40 000 являются основными (main entries), а 34 000 — производными (derivatives). Интересным, с учебной точки зрения, в этом словаре является

то, что в нем основное внимание уделено современному английскому языку (Current English). Словарь содержит много терминов из общественно-политической и научно-технической литературы. В словаре приводятся четкие дефиниции, даются убедительные примеры, раскрывающие значения слов. В целом словарь следует отнести к числу надежных справочников по английскому языку, в том числе и для переводчиков-профессионалов. По нашему мнению, словарь, однако, уступает другим изданиям в том, что в нем нет цитат из литературы, хотя общая ориентация составителей — на литературный язык.

Роль этого словаря для переводчика состоит в том, что в нем он сможет уяснить значение того или иного слова с точки зрения его функционирования в современной английской речи. Быть может, именно благодаря этому качеству словарь и является столь популярным изданием прежде всего в Великобритании.

Видное место среди словарей, изданных в США, занимают *толковые американские словари*. В основном это словари Вебстера (см. об этом выше).

Вопросы

1. В чем состоит преимущество энциклопедического словаря перед двуязычным?
2. В чем цель энциклопедического словаря?
3. Что вы знаете о таком словаре, как "Oxford English Dictionary"?
4. Почему лексикограф Л.П. Ступин назвал "Oxford English Dictionary" «национальным предприятием»?
5. Что вы знаете о словаре "The Shorter English Dictionary on Historical Principles"?

1.11. Этимологические словари: нужны ли они переводчику?

Как правило, такие словари не нужны переводчику. Однако, например, при переводе философских текстов с английского языка на русский, такой словарь может и помочь¹. Дело в том, что если термин-понятие не ясен переводчику, то переводчик не против того, чтобы выяснить истоки слова. Даже самые простые слова, например, такие глаголы, как *to catch*, *to seize*, *to arrest* и др., ассоциируются с длительной историей развития. То же самое можно сказать и о некоторых проблемных терминах. Например, лет 30 тому назад в политике стал популярным термин *charisma*. Уяснение особенностей происхождения этого термина, сфер его употребления в прошлом и в настоящее время — все это может придать переводчику новый творческий импульс в обращении с «загадочной» единицей. Вот почему этимология как наука также стоит на страже интересов перевода.

См., например: *Etymological English Dictionary*/Ed. by Walter W. Skeat. — Oxford, 1879-1892. (Fourth ed., 1910)

1.12. Словари по тематике делового общения

Следует отметить, что словарей по тематике делового общения очень много и что их число с каждым днем растет. И дело не в том, что это «модная» тематика, а в том, что бизнес в современную эпоху играет все более заметную роль. Количество документов по тем или иным вопросам предпринимательства все более возрастает — меняется внешняя и внутренняя торговля, меняются банковское дело, страховое дело, право собственности, законы о недвижимости и т. д. По всем этим вопросам требуются переводы.

По нашему мнению, знакомство с **бизнес-лексикой** можно начать со знакомства с **лексикой**, представленной в работе Т. Б. Назаровой¹ — в словаре общеупотребительной терминологии английского языка делового общения.

Словарь предназначается как раз для таких целей: для тех, кто изучает английский язык делового общения в университетах и институтах, на языковых курсах и самостоятельно; он также предназначается для тех, кто занимается переводом деловой документации. То есть для данного словаря имеется конкретная аудитория.

В словаре даны примеры на употребление единиц делового языка в речи; эти единицы являются аутентичными, что очень важно для переводчика. Деловая лексика, представленная в словаре Т. Б. Назаровой, может использоваться как для целей письменного перевода, так и для содержательного общения в деловых ситуациях. Немаловажно и то, что в конце словаря дан алфавитный указатель русскоязычных терминов. Это существенно облегчает поиск нужного термина на русском языке, например, при переводе деловых писем с русского на английский.

Из лексики делового общения, которую, как отмечает автор словаря, надо знать, это слова типа *acquisition*, *alliance*, *capacity*, *cash*, *company*, *initial public offering*, *joint venture*, *profit*, *restructuring*, *share*, *takeover* и др.

Назарова Т. Б. Словарь общеупотребительной терминологии английского языка делового общения. — М.: Астрель. АСТ, 2001.

В пособии Т.Б. Назаровой представлены и новейшие термины типа e-business, e-commerce, e-trade, electronic markets, employability. Рассматриваются такие новые должности в корпоративных структурах, как Chief Information Officer, Chief Knowledge Officer, Chief Scientific Officer.

Словосочетаемость отбирается с учетом фактора частотности воспроизведения. Английские толкования переводятся на русский. Данный момент переводчиком, с нашей точки зрения, вполне может быть использован для целей сопоставления оригинала с переводом. Переводчик сам может перевести толкования тех или иных единиц (с английского на русский) и далее сравнить свой перевод с переводом-эталоном, представленным в словаре. Что касается отдельных словосочетаний, приводимых в гнездах словаря, то их можно использовать для построения своих собственных речевых высказываний.

В тех случаях, когда объем лексики, необходимой для целей перевода, возрастает, составляя, например, от 3 500 до 5 000 единиц, можно использовать словарь В.Н. Крупнова «Язык делового общения», специально подготовленный для этих целей и в котором особое внимание уделено проблемам преодоления трудностей перевода при работе с текстами по данной тематике.

В словаре также даны дефиниции (примерно для 200 терминов) на английском и русском языках. В основу отбора деловой лексики положен опыт в области перевода материалов такого рода (перевод деловых текстов, текстов по вопросам права и пр.).

Учитывая все вышесказанное, можно надеяться, что словарь будет полезен для переводчиков, для лиц, работающих с коммерческой корреспонденцией, и для других лиц, интересующихся проблемами перевода деловой литературы.

Далее мы хотели бы упомянуть о следующих трех словарях.

Это, во-первых, словарь по тематике бизнеса, изданный в Оксфорде¹, и тот же словарь, переведенный на русский язык². Если сопоставить тексты оригинала и перевода, то в дополне-

Oxford Dictionary of Business. — Oxford University Press, 1996 (new edition).

Бизнес: Оксфордский толковый словарь: Англо-русский: Свыше 4000 понятий. — М.: «Прогресс-Академия», 1995.

ние к упомянутым выше 4000 понятий переводчик может записать в свой собственный словарь *еще несколько сотен единиц*. Можно констатировать, что "Oxford Dictionary of Business" — словарь для переводчиков-профессионалов. Словарь отличается очень точным отбором необходимой для переводов лексики и достаточно широким охватом важнейших областей современного бизнеса: *ключевая лексика предпринимательской деятельности, банковского дела, сферы международных финансовых отношений, сферы операций с ценными бумагами и недвижимостью, налогообложения и бухгалтерского учета, страхования и фрахтовых сделок, менеджмента, маркетинга и рекламы*. По сути дела, *ключевая лексика* бизнес-сферы в данном фундаментальном толковом словаре охвачена.

Другой оригинальной работой в этом ключе является словарь "Longman Business English Dictionary"¹. Словарь содержит свыше 20 000 слов и фраз и предназначен для тех, кто стремится глубже познать язык бизнеса. Словарь позволяет легко найти **как** одну искомую единицу, так и ряд словосочетаний или терминов, относящихся к данной единице. Ср.: Commercial ... и далее: commercial agency, commercial agent, commercial art, commercial bank, commercial bill, commercial blanket bond, commercial break, commercial broker, commercial company, commercial correspondence, commercial court.

В предисловии к данному словарю отмечается, что в нем широко представлена как бизнес-лексика, употребляющаяся в Великобритании, так и бизнес-лексика, характерная для США. Соответственно для работы наданным словарем привлекались как английские лингвисты, так и лексикографы США. В качестве основных источников для набора терминов брались "The Financial Times" и "The Wall Street Journal". Несомненно, что ценным качеством данного словаря является то, что в нем много иллюстраций употребления слов/терминов в речи.

Хотелось бы также отметить словарь Б. Г. Федорова, который выдержал в России уже несколько изданий. Словарь называется

Longman Business English Dictionary. - Pearson Education Limited, 2000.

так: «Новый англо-русский банковский и экономический словарь»¹.

Словарь Б. Г. Федорова содержит 15 000 терминов по избранной тематике. Поскольку избранная тематика актуальна для переводчика деловой литературы, то естественно, что такой словарь должен быть в личной библиотеке профессионала. Как отмечает Б.Г. Федоров, при его подготовке он использовал свой опыт работы с финансовой документацией в Европейском банке реконструкции и развития и в других ведомствах. Кроме того, Б.Г. Федоров опирается на многие широко известные в учебных кругах словари и справочники (см. обширную библиографию в конце словаря). Дается большой список сокращений. Достаточно много в словаре и специальной терминологии. В других справочниках этой терминологии вообще нет. Поскольку словарь является *энциклопедическим*, то для лиц, еще только приобщающихся к терминологии и понятиям экономики и банковского дела, он является необходимым.

К работам, значимым для проблематики делового общения, бесспорно относится недавно изданная книга Т.Б. Назаровой «Английский язык делового общения»².

В ней объектом рассмотрения являются не только вопросы деловой переписки, но и вопросы общения по телефону, а также рассматривается проблематика контрактов, язык деловой документации, особенности английского языка на деловых встречах и презентациях, языка средств массовой информации и т. д. Естественно, что поскольку переводчик, участвующий, например, в последовательном переводе, принимает в этих вопросах самое непосредственное участие, то знать подобные проблемы переводчику также крайне необходимо. Кроме того, в книге даны многие актуальные библиографические источники по проблематике делового общения на английском языке. Наконец, в книге Т.Б. Назаровой имеются и отдельные практические задания,

¹ Федоров Б.Г. Новый англо-русский банковский и экономический словарь. - СПб.: Лимбус Пресс, 1999.

² Назарова Т.Б. Английский язык делового общения: Курс лекций и практикум. — М.: Астрель, 2004.

направленные на усвоение особенностей лексики бизнеса. Во многих случаях данная книга позволяет не только освоить деловую лексику, но и понять те различия, которые существуют между отдельными единицами языка бизнеса, учесть стилистические различия между ними, овладеть этикетом делового общения, например, по телефону. Для филологов, изучающих лексику делового английского, и преподавателей английского языка книга представляет особый интерес. По нашему мнению, в книге также имеется и ценная информация для переводческих осмыслений.

Вопросы

1. Какая лексика представлена в «Словаре общеупотребительной терминологии английского языка делового общения» Т.Б. Назаровой?
2. Опишите особенности словаря "Oxford Dictionary of Business".
3. Почему словарь "Oxford Dictionary of Business" был переведен на русский язык?
4. В чем состоят особенности словаря "Longman Business English Dictionary"?
5. В чем состоят особенности словаря Б.Г. Федорова?
6. В чем состоят особенности исследования Т.Б. Назаровой «Английский язык делового общения»?

Часть 2.

ЛЕКСИЧЕСКИЕ И ГРАММАТИЧЕСКИЕ ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА

Хотя, как уже упоминалось выше, представители разных школ усматривают в переводе **разные трудности**, лексические и грамматические проблемы все же явно доминируют. Они доминируют и потому, что они наиболее очевидны, и потому, что они более всего изучены и исследованы переводоведами. Другие трудности перевода, например, вопросы **психологии восприятия текста**, особенности восприятия, вопросы ориентировки переводчика в переводе, трудности вхождения переводчика в текст, в его содержание и пр., также несомненно присутствуют, но они еще мало изучены.

Поэтому в «Практикуме по переводу» следует остановиться на тех трудностях перевода, которые очевидны, присутствуют во многих текстах и в преодолении которых надо тренироваться. Разумеется, в зависимости от **индивидуальных способностей** переводчика, его знания проблематики перевода, языков и тематики специализации, а также в зависимости от владения переводчиком стратегией перевода он будет достигать больших или меньших результатов в переводе.

Но при этом нам хотелось бы поддержать и тех переводчиков, у которых на первых порах результаты могут быть скромными. Дело в том, что **по мере специализации** в своем труде и даже по мере **усвоения базовых понятий тематики перевода** (например, вопросов экономики и финансов) действия переводчика приобретают более ясный и четкий характер, он начинает переводить точнее и быстрее. Одним словом, постепенно развиваются навыки и умения перевода. Это — истина, и об этой методической истине не стоит забывать.

Следовательно, мастерство перевода — это подвижная категория, оно возрастает с практикой перевода.

2.1. О некоторых разрядах слов и словосочетаний, представляющих трудности при переводе

То, что существуют определенные лексические и грамматические трудности перевода в переводческой деятельности, знает каждый. Но для нас важно **выделить** эти трудности и конкретно остановиться на них. Следовательно, в данной работе мы говорим о ряде категорий трудностей.

Например, как установили переводоведы, часто объектом научного комментария и практической отработки на занятиях по переводу являются такие вопросы, как перевод клише, атрибутивных сочетаний, сленга, крылатых слов, пословиц, изречений, сравнений. Кроме того, объектом внимания исследователей перевода являются фразеологизмы, неологизмы, безэквивалентная лексика, модальные слова (проблема передачи модальности), отдельные грамматические явления (передача оборотов с предлогом with), конструкции типа Nominative with the Infinitive, особенности передачи пассивных конструкций, глагол would, решение вопросов о многозначности при переводе и т.д.

В последние годы исследователи языка также установили, что, например, в сфере деловой литературы есть свои трудности как терминологического, так и образного характера (образность некоторых единиц языка бизнеса). Как отмечает Т.Б. Назарова, английскому языку делового общения присуще также *разнообразие «no prirode» (intrinsic diversity)*¹. Конечно, переводчику важно видеть такое разнообразие, понимать особенности того или иного стиля деловой литературы, учитывать функционально обусловленные способы выражения мысли в устной и письменной речи.

Следовательно, в зависимости от сферы исследований могут возникать и новые проблемы перевода, которые раньше не были замечены.

В этом плане желательно рассмотреть роль в раскрытии языка бизнеса таких словарей, как «Англо-русский словарь совре-

Назарова Т. Б. Английский язык делового общения: Курс лекций и практикум. — М.: Астрель, 2004.

менной деловой лексики» И.В. Нешумаева¹ и «Англо-русский словарь живого финансово-экономического языка» В.А. Королькевич и Ю.В. Королькевич².

Первая работа — словарь И.В. Нешумаева содержит 18 000 слов и выражений, употребляемых при неформальном деловом общении, а также сленговые и разговорные названия организаций и пр.

Словарь В.А. Королькевич и Ю.В. Королькевич — это 11 000 словарных статей на ту или иную трудную для перевода финансовую лексику. При этом авторы уделяют много внимания той финансовой лексике, которая вообще нигде не зарегистрирована в изданных англо-русских словарях. Как верно замечают авторы, именно слова такого рода как раз и представляют «сложность при переводе». Данные словари мы рекомендуем переводчикам в качестве справочных изданий.

Вопросы

1. Какую информацию может найти переводчик деловой литературы в словаре И.В. Нешумаева?
2. Сколько единиц содержит «Англо-русский словарь живого финансово-экономического языка» В.А. Королькевич и Ю.В. Королькевич?
3. Существуют ли словари трудностей другого типа?

¹ Нешумаев И.В. Англо-русский словарь современной деловой лексики. — М.: Русский язык, 2003.

² Королькевич В.А., Королькевич Ю.В. Англо-русский словарь живого финансово-экономического языка. — М.: ИД ФБК Пресс, 2003.

2.2. Какие рекламные лозунги нам известны наизусть и почему мы их помним?

Конечно, это прежде всего лозунги, относящиеся к наиболее часто рекламируемым изделиям. Исследователи Эдуард Верц и Сэлли Джермейн издали оригинальную работу под названием "Phrases That Sell"¹.

Это своего рода указатель фраз, которые в практике торговли США используются весьма часто. Авторы рекомендуют семь шагов для написания лозунгов, которые будут эффективны (winning slogans): определи цель (первый шаг), составь список ключевых слов и фраз (второй шаг), используй творческие ассоциации (третий шаг), выяви круг слов и фраз, связанных между собой по смыслу (четвертый шаг), сфокусируй свой выбор (пятый шаг), испытай в реальной ситуации (шестой шаг) и учти правовые последствия (седьмой шаг).

Пройдя все эти стадии, далее специалист по рекламе уже занимается собственно слоганом (slogan). Слоган закрепляет наше внимание на главном: что в рекламе хорошо и почему нам надо быть с этим «связанным» или, по меньшей мере, знать об этом товаре или этой услуге.

Допустим, что переводчику предстоит перевести слоган типа:

We Make Money the Old-Fashioned Way. E.F. Hutton

Если переводчик не видит здесь подтекста, то он переведет этот слоган так: «Мы делаем деньги старым способом».

Казалось бы, все верно, но это буквальный перевод, в котором не передано главное — замысел автора слогана. Что имеется в виду в данном слогане? В нем имеется в виду то, что мы (фирма/банк) полагаемся на свой (большой) опыт в том, что мы делаем. А поскольку у фирмы/банка богатый опыт обращения с деньгами, то именно этот опыт и имеется в виду. Далее, если задача слогана — привлечь внимание покупателя (товаров, услуг)

¹ Edward, Germain, Sally. Phrases That Sell. — Contemporary Books, USA, 1998.

к своей сфере бизнеса, то ясно, что ваш слоган должен понравиться тем, к кому он обращен. А для этого лексика и построение должны быть несколько особыми, например, поднимающими престиж человека.

Учитывая все это, формулировка слогана здесь может быть такой: *Мы приумножим ваш капитал без риска.*

Действительно, что значит the old-fashioned way? Это тот самый случай, когда процент в банке умеренный, когда деньги вкладываются в надежные, например, государственные (федеральные) фонды и пр. Почему «капитал», а не деньги? Потому, что слово «деньги» разговорное, а «капитал» — слово более высокого статуса. Одним словом, перевод идет за счет «проникновения переводчика в смысл слогана». Как мы увидим далее, это не простая задача.

Из последнего замечания, правда, следует, что у слоганов может быть несколько переводов, причем одни могут быть лучше, а другие могут быть попроще, ближе к тексту.

Фразу Passion for the Road: Mazda, разумеется, нельзя перевести буквально: *Страсть к дороге: Mazda.*

Опять же надо проанализировать смысл высказывания, взглянуть на автомобиль марки «Мазда», оценить достоинства автомобиля и т.д. Только после этого можно догадаться, в чем здесь смысл. Мы предлагаем перевод типа: *Любите путешествовать? Мазда — вот ваш выбор!*

Как мы видим, русский язык в целом вполне терпим к рекламе, хотя наше восприятие еще не вполне привыкло к языку такого рода. В рекламе рождаются не только слоганы. Реклама рождает и десятки тысяч слов и названий, которые становятся частью нашего быта. Новое изделие, выпущенное в миллионах экземпляров, должно найти своего покупателя, а следовательно, миллионы людей, купившие это изделие, будут знать его название. Например, Scotch tape — *скотч*, cellophane — *целлофан*, nylon — *нейлон*, linoleum — *линолеум* и т.д. В языке рекламы во многих случаях новые слова представляют собой намеренно искаженное написание или произношение общеизвестных английских слов: secureance (вместо security), flavoritic (вместо flavorful), wheaties (вместо wheat), friskies (вместо frisky), mony (вместо mon-

ey), cornfetti (вместо confetti) или искусственное образование таких слов: hydramatic, fordomatic, ultramatic, dippity-do, systemetrics, versitron, adaptronics, longetronics, technigraphics. Во-вторых, чтобы вызвать большее доверие к изделиям фирм, в качестве названий товаров нередко используются имена исторических деятелей: Ben Franklin — *карандаши*, Lincoln — *ткани*, Martha Washington — *косметические изделия*, Robert Burns — *сигары*.

Мифология также является одним из источников рекламных названий: Trojan — *одеяла*, Pandora — *женское белье*.

Подобная практика наименования предметов используется не только в рекламе, но и в науке и технике. Ср.: Apollo — *«Аполлон»* (космический корабль), Blue Scout — *«Блу Скаут»* (ракета-носитель), Janus — *«Янус»* (пилотируемый космический корабль), Gemini — *«Джеминай»* (космический аппарат).

Нередко рекламные слова-названия заимствуются из общепотребительной лексики. В отличие от специальных исторических, мифологических и других подобных единиц, слова-названия, заимствованные из обычного словаря, обладают тем преимуществом, что они всем хорошо известны. Вот ряд примеров такого плана: Agrow — *рубашки* (от слова agrow — *стрела*), Carnation — *молоко* (от слова carnation — *гвоздика*). Иногда для тех же целей заимствуются иностранные слова: Antonio у Cleopatra — *сигары*, Richelieu — *драгоценности*.

Многие слова-названия, используемые в языке американской рекламы, представляют собой специально «изобретенные» слова: spic and span — *средство для чистки*.

Наконец, следует отметить, что многие фирменные и рекламные названия изделий были специально придуманы так, чтобы уже само название давало исчерпывающую характеристику особенностей рекламируемого товара: Kools — *ментоловые сигареты* (уже в названии передается идея прохлады), endurance — *масляные краски* (в названии подчеркивается стойкость красок).

В языке рекламы существует множество сокращенных слов-названий: вместо полного названия Coca-cola (напиток «кока-кола») американцы просто говорят Coke, вместо Lucky Strikes (сигареты) — luckies, вместо Chevrolet (модель автомашины) — Chevy, вместо Budweiser (пиво) — Bud.

Разумеется, подобное пристрастие американцев к сокращениям берется на вооружение специалистами США в области рекламы. В последнее время в американском варианте английского языка появилось множество кратких слов.

Грамматические особенности языка рекламы крайне своеобразны. В языке рекламы грамматика как бы уходит на второй план, поскольку главное в рекламе — достижение смыслового и эмоционального эффекта. Сравнительная степень в языке рекламы вопреки нормам грамматики может оказаться, и часто действительно оказывается, без сравнения: в радио- и теле-рекламах постоянно можно слышать фразы типа *this (product) is faster, better, longer, stronger*. Более того, иногда в таких случаях используются сравнительная и превосходная степени даже у существительных, хотя, согласно грамматическим правилам, степень сравнения у существительных совершенно невозможна: *coffee-er coffee, it's the peanuttiest butter, it's the macaroniest taste*.

Очень часто в языке рекламы используется превосходная степень, а также другие определения-стереотипы. Продукция в рекламных объявлениях неизменно рекламируется как «наилучшая». Вот стереотипный набор эпитетов восхваления: *the best — наилучший, America's best — лучший товар во всей Америке, America's only — только в Америке* и т.д.

Новшества можно найти не только в употреблении рекламных слов-названий; иногда преднамеренно ломаются и сами речевые штампы. *Buy the now car! — Покупайте современный автомобиль/You've got the now look! — Вы выглядите модно! She's got the now hair-do! — У нее самая модная прическа!* Здесь наречие *now* несколько необычно употребляется вместо необходимого прилагательного *modern*. Или еще пример: *Us Toreyton smokers would rather fight than switch. — Мы, кто курит сигареты Торитон, скорее будем драться, чем перейдем на другую марку*. Здесь *us* употребляется вместо *we*. В ряде случаев подобная ломка нормы приводит к появлению весьма оригинальных конструкций. Несомненно, что количество рекламной лексики возрастало бы еще **большими** темпами, если бы она всегда была достаточно понятной.

Чтобы повысить коммуникативную способность рекламной лексики, в языке рекламы используются крылатые слова, поговорки, фразеология типа: *an apple of one's eye — как зеница ока, after his own heart — по душе, bag and baggage — со всеми пожитками*.

Вопрос о том, насколько **эффективны** рекламные клише с точки зрения их воздействия на человека, пока еще остается открытым. Следует признать, что наряду с сомнениями в оценке их ответственности имеются и положительные суждения на этот счет. Так, Е.Л. Лагеруолл по этому поводу пишет: «В борьбе с неврозом клише во многих случаях мы находим такое лекарство, которое хуже болезни. Те замены, которые мы ищем вместо оборотов типа *холодный, как лед* — *as cold as ice*, не употребляются столь же свободно в языке по той простой причине, что в других употребляемых нами фразах нет той же образной ответственности»¹.

М. Борисова² в статье «Муки слова» утверждает, что клише сохраняют свою экспрессию. Она обращает внимание, в частности, на то, что в общенародном языке штампами становятся именно те обороты, которые сперва были примерами удачных находок, оригинальных лексических построений. В связи с этим, полагает М. Борисова, следует считать малоубедительным тезис о том, «будто устойчивые словосочетания самой своей повторяемостью исключают эмоциональное их восприятие».

Использование экспрессивных речевых штампов в языке рекламы подтверждает слова М. Борисовой. Более того, составители массовых рекламных текстов, лозунгов, заголовков, повторов, каламбуров как раз и стремятся к тому, чтобы фирменное название продукции служило как бы условным рефлексом и автоматически вызывало в сознании читателя соответствующий образ.

Таких фраз-клише в современной рекламе США буквально огромное количество. Приведем лишь несколько примеров.

Lagenvall, E.L. What's So Bad About Clichés? // Advertising Agency, Nov. 1953. - P. 108. - Пер. авт.

Борисова М. Муки слова // Литературная газета, 1971, № 29.

<i>Рекламная фраза-клише на английском языке (в США)</i>	<i>Область и предмет рекламирования</i>	<i>Примерный перевод на русский язык</i>
Good to the Last Drop.	Кофе фирмы "Maxwell House"	Вкусный до последней капли.
Ask the Man Who Owns One.	Автомобиль марки "Packard"	Спроси (об этой автомашине) человека, у которого она уже имеется (подразумевается положительная оценка качества такой автомашины).
Fresh-up with Seven-up.	Напиток "Seven-up"	Освежитесь (напитком) «Севен-ап».
Coke is the real thing.	Напиток "Coca-cola"	«Кока-кола» — стоящий напиток.
Put a tiger in your tank!	Бензин (разных фирм)	Заправьте ваш бензобак лучшим бензином.
Come alive! You're in the switched-on generation!	Обращение к «человеку с улицы»	Веселее! Вы же принадлежите к новому поколению!

Язык подобных лозунгов весьма остроумен и изобретателен, хотя, к сожалению, эта изобретательность не всегда идет ему на пользу. Некоторые примеры того, как слово может обесцениваться под влиянием рекламы.

Допустим, что надо внушить как можно большему числу людей мысль о том, что какой-то фильм следует посмотреть. Какие способы здесь возможны?

Первый и в общем самый обычной способ — это просто изложение определенной информации в форме повествования. Так, по-английски эту мысль можно выразить следующим образом¹:

¹ Большая часть приводимых нами примеров заимствуется из раздела объявлений газеты "The New York Times" (1970-1972 гг.).

the film is funny; very funny; it is the funniest; it is laughable; it's comic; it's a laugh-provoking **film**; it's jolly; it's gay; it's joyous (joyous); a real laugh; good-humoured! it's mirthful; it's real fun; one of the best and funniest movies ever; a fun picture; a very joyous experience!

и т.д. или, другими словами, в данном случае используется общий, лаконичный стиль.

Несколько меняя структуру речевых построений, можно еще более усилить воздействие. Это — **второй** способ. В таком случае рекламный стиль языка будет несколько иным:

it's an awfully funny film; it's a laugh-filled film; the film is too funny for words; it's a (good) laugh-filled entertaining film; it's amusingly funny; it's so funny I couldn't stop laughing; it's so funny you wouldn't stop laughing; it's a funny comic film; it's a truly funny film; the film is the funniest performance (I've ever seen, you'll ever see); it's wonderfully funny; it's not a film, it is a funny show; a laugh-getting film; a tremendously funny film; it is a movie going experience; laughter and fun; it is a modern master of fun; it is a hard show to beat for its **comism**; it is terribly funny; it is sharp and incisive humor; the gayest show in town; fast and funny; it is funny (real and touching); it's a fun-filled film, it is really amusing; funniest movie in years; funniest movie I've seen this year; fun and fantasy in a double delight show! Reminds you of Chaplin; one of the major movie surprises of the year.

Третий способ привлечения внимания к той же самой мысли можно назвать способом, направленным на достижение наибольшего естественного коммуникативного эффекта. При такой ориентации авторы — создатели рекламных фраз пытаются «подкрепить» воздействие языка не только путем обычных приемов усиления экспрессии (использование образных средств, метафор, синонимии и т.д.), но и с помощью специальных приемов манипулирования языком (лексикой и грамматикой). В случае нарушения языкового чувства меры создаваемые таким образом фразы приобретают весьма искусственный характер. В результате возникают построения типа:

the film is an orgy — so funny it is! it is a comic nugget of a film; it's a welcome bundle of fun (of merriness, of laughter, of joy); all film is jokes by the yard! the film is a smash-hit fun; it is so funny it had me crying with laughter; it is side-splitting; it is so funny it'll cause your

sides to ache; it is very, very, very funny! a kind of laugh-in (for the broad public); it will give you the funniest evening imaginable; a beautiful (black) comedy; an (evil) film filled with perversely funny humor; has humor, vitality; its effect on the audience is overwhelming; a (colorful) laugh-provoking spectacle.

Четвертый способ, направленный на еще большее усиление коммуникативного эффекта, можно назвать «императивным». Сообщение информации в повелительной форме — излюбленный прием американской рекламы. Читателю рекламного объявления вместе с информацией как бы исподволь тут же сообщается, что он должен делать:

why, it's a real fun, want real fun — see it; truly funny — by all means go see it; You'd better go see it — it's funny (it's brilliant); mark it must see! real fun; classic comedy, by all means go! the hysterical heroes in their biggest laugh hits, we recommend it; truly a masterpiece, real fun, unthinkable for any one not to see it; don't let the titles throw you! what a delight to laugh out loud at sex, you cannot afford to miss it; dazzlingly surrealistic and explosively funny, a masterpiece not to be missed; a rousing funny comedy takes off in wild flight, see it; a delightfully spicy spoof, it's a must; bouncing and beaming, tremendous humor, see it; a joy to see, must be seen by anybody who really enjoys funny movies.

И, наконец, пятый способ выражения той же мысли с помощью языка рекламы характеризуется стремлением к достижению максимального эффекта. Создается впечатление, что составители подобных рекламных текстов стремятся не столько к сообщению определенной информации, сколько к тому, чтобы поразить, ошеломить читателя рекламного объявления:

wildly funny! hilariously funny! the film is devilishly funny! it'll keep you laughing all the way to doomsday; it's all as mad comics will have it; it's a screamingly funny film; it is a murderously funny movie; it's a savagely witty film; the film is explosively funny, beautifully done! devastatingly funny! a triumph! a rip-snorter! so funny you laugh till you cry; leaves you helpless with laughter; eye-popping! mind-boggling! the most delightful funny film I have ever seen! howlingly funny; it's "Len-ny" with fangs took the enamel off my teeth.

О чем же свидетельствуют все эти способы? Они показывают, что для характеристики фильма как интересного, смешного

в речи могут использоваться как вполне естественные фразы, так и несколько надуманные. Оказывается, фильм может быть *murderously funny* — *убийственно смешной*, *savagely funny* — *дико смешной*, более того, он может быть *devilishly funny* — *дьявольски смешной*, и если ты, зритель — покупатель билета еще сомневаешься в том, что после просмотра такого фильма *будешь смеяться до тех пор, пока не скончаешься* it'll keep you laughing all the way to doomsday, то рекламная фраза типа it's all as mad comics will have it — *фильм придется по вкусу даже сумасшедшим комикам*, видимо, должна окончательно развеять любые сомнения. Столь вычурные языковые построения, с тревогой указывает Р. Бейкер¹, ведут к девальвации слова, к засорению языка маловразумительными словами-пустышками.

Данные наблюдения над особенностями языка рекламы для нас особенно интересны с точки зрения перевода, так как показывают не только богатые возможности *контекстуальной синонимии* в широком смысле слова, но и поразительные возможности различных *способов описания* одних и тех же ситуаций.

Для нас важна сама *возможность варьирования словом*. Не секрет, что порой начинающие переводчики спешат объявить то или иное иноязычное слово или выражение непереводаемым и **ТУТ** же калькируют его, тогда как на самом деле они не проверили десятки иных, вполне возможных речевых построений, передающих ту же самую мысль. В отходе от канона, привычных, стандартных приемов решения переводческих задач-проблем тоже проявляется своеобразный талант *переводчика-профессионала*. Лев Озеров в статье «Выбор и предпочтение», на наш взгляд, очень удачно формулирует эту мысль. Автор задается вопросом о том, какими путями идет обновление поэзии, и отвечает: «В искусстве важно не только научиться. Важно не научиться. Не научиться бывает подчас трудней. Нарушить стандарт, отвергнуть шаблон. Не принять общепринятого»².

См.: Baker, R. Observer: American is Cheap Talk // The New York Times, 1970, Sept. 15.

Озеров Л. Выбор и предпочтение // Иностранная литература, 1972, № 2. - С.211.

То же самое можно сказать и про деятельность переводчика. Под выбором адекватных средств выражения подразумевается не только употребление постоянных соответствий, которых, кстати говоря, может и не существовать в языке перевода, но и нахождение другого способа перевода, а также создание нового равноценного речевого построения при отсутствии традиционных соответствий. Другими словами, переводчик должен владеть *методикой поиска адекватных средств выражения* заданной мысли, *техникой нахождения нестандартных решений*, особенно в трудных проблемных ситуациях. В памяти переводчика-профессионала хранится большое число уже проверенных соответствий, но в процессе перевода он должен принять наиболее точные решения.

Слово, подвергаясь различным реализациям в акте общения, тем самым проявляет свою коммуникативную функцию. По образному выражению лингвиста Т.С. Элиота¹, слова в речи нередко «гнутся, ломаются и трескаются под давлением». В результате распространения и воздействия средств массовой информации в настоящее время новообразования типа эвфемизмов проникают во все сферы разговорного и литературного языка. Не удивительно поэтому, что некоторые американские лингвисты даже предлагают различать два языка — «язык фактов» (fact language) и «язык идей» (idea language), причем последний, по их мнению, вполне может использоваться в целях, противоположных истинной природе коммуникации.

Вопросы

1. В чем состоят особенности перевода рекламных фраз?
2. Каким образом язык рекламы обогащает общий язык?
3. В чем состоят грамматические особенности языка рекламы?
4. Какие рекламные фразы вы знаете?
5. Согласны ли вы с примерным переводом слоганов на русский?
6. Есть ли у вас свои варианты перевода? Какие?
7. Какие варианты привлечения внимания к кинорекламе возможны?
8. Имеются ли у вас собственные наблюдения над рекламой? Какие?

Цит. по: "Time", 1969, Sept. 19.

2.2. Какие рекламные лозунги нам известны наизусть и почему ... ? 91

Задание 1. Постарайтесь понять смысл данных ниже высказываний и придумайте эффективную формулировку на русском языке для передачи основной идеи.

1. Delta is Ready When You Are: *Delta Airlines*
2. Perfect from Beginning to End: *Sassoon Hair*
3. Campbell's Chunky Soup That Eats Like A Meal: *Campbell*
4. We Bring Good Things to Life: *General Electric*
5. Something Special in the Air: *American Airlines*
6. Bullish on America: *Merrill Lynch*
7. Breakfast of Champions: *Wheaties*
8. Johnson's. Where the Best Ideas for Babies Are Born: *Johnson & Johnson*
9. How Do You Spell Relief?: *Rolaids*
10. Just Slightly Ahead of Our Time: *Panasonic*
11. What a Luxury Car Should Be: *Lincoln*
12. You're in Good Hands: *Allstate insurance*
13. See What Develops?: *Polaroid*
14. Better Care Makes Better Kittens: *Kitten Chow*

Задание 2. Какие прилагательные предложили бы вы для перевода следующих фраз?

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. A centuries-old technique | 9. Beautiful from any angle |
| 2. An age-old tradition | 10. Beauty and craftsmanship that will never go out of style |
| 3. Born of centuries of experience | 11. It can be described as breath-taking |
| 4. Feel and look young again | 12. Never looked so good |
| 5. For the young at heart | 13. Simply stunning |
| 6. Founded on old-world traditions | 14. Standout status |
| 7. Turn of the century | |
| 8. Beautiful basics | |

2.3. Эвфемизмы: что это за слова?

Явление **эвфемизмов** — это современная особенность употребления отдельных слов, когда ставится задача смягчить высказывание или скрыть мысль хотя бы частично. Естественно, что в переводе также желательно найти соответствующий эвфемизм по-русски. Однако те или иные единицы, весьма популярные в одном языке, могут не совпадать с единицами другого языка хотя бы в силу того, что в другом языке нет тех или иных проблем как проблем общества.

По мнению А. В. Кунина, эвфемизм — явление «широкого социального порядка». «К эвфемизму, — пишет А. В. Кунин, — прибегают всюду, где необходимо завуалировать, смягчить, ослабить то или иное слово или выражение»¹. Особенно широко эвфемизмы используются в языке рекламы, политики, экономики и медицины.

Для переводчика очень важно знать об особенностях употребления эвфемизмов в языке, чтобы правильно оценить роль подтекста, особенно при переводе публицистических материалов или художественной литературы.

Например, *ломбардные лавки* (pawnshops) в настоящее время в рекламных объявлениях в США все чаще называются уже не *лавками*, а *компаниями ювелирных изделий и по займам* (loan and jewelry companies). Гитарист (guitarist) предпочитает называть себя не *гитаристом*, а *художником по звукозаписи* (recording artist; entertainer); певец (singer), известный лишь по выступлениям в ряде местных или частных клубов, предлагая свои услуги, например, театру, говорит о себе как об *артисте эстрады* (showman, entertainer, performer). *Ранее использовавшиеся автомашины* — used cars или second-hand cars теперь дилеры, занимающиеся перепродажей автомашин, все чаще рекламируют не как *подержанные автомобили* (used cars), а как *автомашины, ранее находившиеся во владении* (pre-owned cars). В соответствии с такого рода рекламной эвфемистический язык проникает во многие области жиз-

ни. Так, чтобы не называть вещи своими именами, упоминая рынок, теперь уже не говорят *спад* (fall), а говорят *затишье в деловых операциях* (easing) или, как высказываются маклеры Уолл-стрита, происходит *корректировка курса* (correction is made) или *перенастройка* (adjustment, technical correction). Удивительно, что *техническая корректировка* (technical adjustment, correction) непременно бывает тогда, когда на бирже происходит спад курса акций, а не повышение. Чтобы избежать слов, рисующих удручающую картину состояния экономики, не употреблять такое, скажем, понятие, как «хроническая инфляция» (chronic inflation), некоторые экономисты «поправляют» состояние экономических дел путем применения эвфемизма-синонима для слова *инфляция* — gradual increase in prices and wages — *постепенный рост цен и зарплаты*. Биржевой бум, как известно, часто сопровождается резкой *депрессией* (depression, bust); чтобы не употреблять столь «неприятные» слова, был изобретен эвфемизм business cycle — *цикл деловой активности*, который, разумеется, может «несколько» спадать или усиливаться. Даже традиционное понятие *спрос и предложение* (supply and demand) теперь подменяется таким абстрактно звучащим термином, как *регулируемые цены и заработная плата* (administered prices and wages). Судя по языку эвфемизмов, бюджет теперь нельзя перерасходовать (budget overrun), бюджет всегда *сам по себе растет* или *увеличивается* (budget growth, budget increase).

Следуя этой «логике», директор-растратчик фирмы может быть уже совсем не растратчик, а всего-навсего negative saver — *негативный накопитель (!) денег*. *Бедные* (the poor), судя по эвфемистической лексике, уже совсем не бедные: в печати они сперва превратились в *очень нуждающихся* (the neediest), затем просто в *нуждающихся* (the needy, the ill-provided), затем в *людей, лишенных благ* (the deprived), потом в *социально обездоленных* (the socially deprived), затем в *малопривилегированных* (the underprivileged), а позже в *попавших в менее благоприятные жизненные обстоятельства* (the disadvantaged) и, наконец, в *малообеспеченных* (low-income people).

Неоправданное использование в обществе эвфемизмов в отдельных случаях (в сфере классификации профессий и т.д.) при-

водит к употреблению в английском языке весьма необычных слов-названий. Вот ряд примеров.

Существующие названия Перевод на русский язык

boarding house	пансионат
beauty-shop operator	работник парикмахерской
automobile mechanic	автомеханик
gypsy cab driver	водитель-таксист, который не входит в общегородской профсоюз работников такси (<i>букв.</i> водитель «цыганского такси»)
garbage collector	уборщик мусора
rat-catcher	человек, устанавливающий ловушки для крыс
salesman	торговец, коммерсант
dog-catcher	человек, занимающийся ловлей диких (бродячих) собак
janitor	сторож; уборщик
stool pigeon	доносчик, осведомитель
boycott	бойкот
cooling-off	период выжидания, «охлаждения страстей»
dispute	(трудовой) спор
exploit	эксплуатировать
lockout	локаут
scab, strike breaker	«скэб», штрейкбрехер
sit-down strike	сидячая забастовка
strike, walkout, work stoppage	забастовка, прекращение работы

Новые названия

guest house (<i>Br.</i>)	дом для гостей
beautician	косметолог
automobile internist	специалист по устройству двигателя автомашины
non-medallion cab driver	водитель такси, не имеющий общегородского регистрационного полицейского знака (на дверце машины)

sanitation engineer	инженер по вопросам санитарии
extermination engineer	специалист по истреблению грызунов
field representative	представитель торговой фирмы на местах
animal welfare officer	сотрудник по охране животных
custodian	работник службы охраны
police informant	полицейский информатор
cease to purchase	прекращение покупок
period of reconsideration	период переоценок
difference	различие во взглядах
use without reward	пользоваться чьими-л. услугами без вознаграждения
business moratorium	мораторий в деловой деятельности
substitute; non-certified worker	замена; рабочий, не получивший официального разрешения на работу
work cessation on premises	прекращение работы в помещении
work cessation	прекращение работы

Вопросы

1. Что такое эвфемизм?
2. Когда прибегают к эвфемизмам по мнению А.В. Кунина?
3. Можно ли говорить о некоторой иронии в связи с употреблением эвфемизмов?
4. Какие эвфемизмы существуют для некоторых слов?
5. Эвфемизмы как явление будут употребляться и в будущем?

2.4. Клише в английском языке

Клише — характерное явление для английского языка. В целом существуют два типа клише: клише, которые уже закрепились в языке, и клише, которые появились сравнительно недавно и статус которых все еще не очень ясен.

Конечно, если клише, например, в английском языке, уже хорошо известны, то их всегда можно найти в словарях, узнать, что они обозначают. Будет легче искать и русское соответствие. Что касается «жизни» нового клише, то она мало предсказуема. Ниже дается таблица отдельных устойчивых клише на английском и русском. Прокомментируйте эти единицы. Отметьте, хорошо ли они вам известны.

Клише на английском

all things considered
 ample opportunity
 appear on the scene
 apple of discord
 armed to the teeth
 be in the same boat with
 bear the brunt of the battle
 beat swords into ploughshares
 beaten track
 behind the scenes
 between two fires
 beyond a shadow of a doubt
 bitter irony
 bless *one's* lucky star
 bone of contention
 breach of contract
 burning question
 call a spade a spade
 cast in *one's* lot with

Клише на русском

учитывая все вышесказанное
 неограниченная возможность
 появиться на сцене
 яблоко раздора
 вооруженный до зубов
 быть в одной упряжке
 нести основную тяжесть
 перековать мечи на орала
 проторенная дорожка
 за кулисами
 меж двух огней
 вне малейшего сомнения
 горькая ирония
 благодарить свою судьбу
 предмет спора
 нарушение контракта
 животрепещущий вопрос
 называть вещи своими именами
 связать свою судьбу

2.4. Клише в английском языке

cast pearls before swine	метать бисер перед свиньями
cast-iron will	железная воля
castles in Spain	воздушные замки
child of Nature	дитя природы
cut a long story short	короче говоря
cut <i>one's</i> coat according to <i>one's</i> cloth	мерить на свой аршин
do away with illiteracy	ликвидировать неграмотность
dollar shortage	нехватка долларов
draw a veil over	обойти молчанием
eat humble pie	молча проглотить обиду
face the music	не пасовать перед трудностями
far-reaching effects	далеко идущие последствия
a forlorn hope	слабая надежда
freeze to the marrow	продрогнуть до костей
frightened out of <i>one's</i> wits	напуганный до смерти
go public	превращаться из частной компании в публичную
guiding principle	руководящий принцип
happy solution	удачное решение
heavy damage	значительный ущерб
it is all to the good	всё к лучшему
objective phenomenon	закономерное явление
put (set) the cart before the horse	поставить с ног на голову
sport of nature	игра природы
tied to someone's apron strings	быть под каблуком
wolfish appetite	волчий аппетит

Иногда клише отражают определенную тематику. Тогда тоже могут возникать проблемы понимания. Чтобы убедиться в этом, рассмотрим следующие примеры и отметим, в какой степени нам могут помочь существующие и, в частности, недавно изданные словари, которые включают разговорную лексику и клише.

Весьма удачное перечисление таких лексических единиц дается в статье «Наша точка зрения», помещенной в американском журнале «Ти-ви гайд»¹.

As We See It

Are you *uptight* about the language of the *acid heads*, the *teeny-boppers* and the *flower children* ?

Do you *turn off* when the *militants do their own thing*, *y'know*, in search of a *meaningful, viable relationship* with the *Establishment* ?

Do you have a *hang-up* against *saying fuzz* instead of police?

Does it *blow your mind, sort of*, to hear once smart but now terribly worn-out expressions like *generation gap* and *communication gap* ?

Do you think *where it's at* is nowhere?

If they really *told it like it is*, would they, like, say that it was *out of sight*? *Beautiful!* Would it *turn you on* again if people stopped using *confrontation and charisma* ?

Do you have an *identity crisis* over words like *teach-in*, *sit-in*, and *live-in*?

Do you prefer to *retire to your pad* rather than share a *piece of the action* ?

Are you *bugged* by talking about *commitment* and *value judgements*?

Would you, in short, *think it groovy* if the English language were discovered to be alive and well and living in the United States — *its old turf*?

We are brought to a *state of nausea* whenever we hear or read one of these banal or crude or cloddish substitutes for thinking that are so horribly ubiquitous these days *in broadcasting* and *in print*. So we are *splitting the scene* because the current *clichés* (there are 39 of them above) are just *not our bag* any more.

1. **Are you uptight.** Прочтя первую фразу-клише — Are you *uptight* (about the language)..., переводчик, учитывая весь контекст, может догадаться, что здесь смысл фразы такой: «Не надоел ли вам (язык)...», т. е. to be *uptight* — *надоедать, докучать, раздражать(ся), выходить из себя*. Если реализуемое в контексте значение этого слова все же окажется недостаточно ясным для пе-

¹ "TV Guide", vol. 17, No 15, Apr. 12, 1969.

реводчика, необходимо обратиться за помощью к словарю. В "The American Heritage Dictionary of the English Language"¹ сленгизм *uptight* раскрывается следующим образом: 1) tense; nervous; 2) destitute; 3) on the intimate terms with another person; 4) conforming rigidly to convention.

Ясно, что здесь *uptight* реализуется в первом значении. Таким образом, эту фразу можно перевести: *не выводит ли вас из себя язык...; не раздражает ли вас язык...; не обеспокоены ли вы...* Следовательно, в данном случае на основе контекста и дополнительных сведений, почерпнутых в словаре, переводчик уясняет и передает значение слова *uptight*.

2. **acid heads.** Слово *head* часто употребляется в значении «человек», «персона». В значении «персона» слово *head* выступает, например, в такой речевой ситуации, как Give me the meals for 5 heads — *Дайте мне продуктов на 5 человек*. Теперь, если учесть, что под словом *acid* имеется в виду лекарство, вызывающее галлюцинации, то нетрудно догадаться, что в данном тексте речь идет о лицах, злоупотребляющих наркотиками (*acid heads*). Впоследствии такого наркомана стали называть *freak* (букв. «чудак») или *acid freak*. [Из молодежного американского жаргона пришли и другие выражения типа: to be on the acid, to get (be) loaded with acid, to get high, to fly high, to get wrecked, to be hopped, to be stoned, to get stoned, употребляющиеся в значении «быть (стать) одурманенным наркотиком».]

Таким образом, опираясь на вышеприведенную информацию, клише *acid heads* можно перевести: *наркоманы; страдающие наркоманией; лица, злоупотребляющие наркотиками*.

3. **teeny-boppers.** Читатель, мало знакомый с американской действительностью, вряд ли догадается, кто такие *teeny-boppers*. Обратившись к словарю (например, "The American Heritage"), переводчик может узнать, что *teeny-bopper* — это «девочка-подросток, стремящаяся подражать всему новому в моде или в социальном поведении». Словарь показывает, что данное слово состоит из двух элементов [*teen*(age) + *pop*(music)]. Слово *pop*

¹ "The American Heritage Dictionary of the English Language" by W Morris (ed.). — N. Y., 1969, далее "The American Heritage".

можно найти в любом большом словаре: оно означает «джазовый стиль музыкального исполнения, характеризующийся диссонансом звуков и ритмической сложностью». На основе этой информации становится ясно, что под словом *teeny-boppers* следует, стало быть, иметь в виду «подростков, увлекающихся причудами **МОДЫ**».

Впоследствии, однако, слово *teeny-bopper* (сокр. **bopper**) стало употребляться более широко: «подросток, увлекающийся новым стилем жизни». А поскольку в условиях жизни Америки 60-х годов XX в. новый стиль жизни долгое время ассоциировался с движением хиппи, то *teeny-boppers* стали также известны как *hips* — «подражатели настоящим хиппи». В «Большом англо-русском словаре» слово *hip* переводится как *характерный для хиппи*. Между тем, как мы видим, слово *hip* употребляется в речи и как существительное.

Учитывая эти соображения, в данном случае, видимо, лучше выбрать второй путь, а именно перевод-кальку: *тини-боперы*, ввиду отсутствия идентичного понятия в русском языке.

4. flower children. Здесь нетрудно догадаться в связи с широко известным движением американских хиппи («детей-цветов»), молодежи, отрицающей условности буржуазного общества, что именно о них идет речь. Слово *the hippies* как калька вошло в русский язык — *хиппи*. (Ср. также *beatniks* — *битники*.)

5. turn off, 6. turn on. В данном контексте смысл этих выражений недостаточно ясен. Однако, зная значение **turn off** как «выключать», «отключать» и **turn on** — «включать», читатель может понять это выражение (*do you turn off!*) как «вам становится небезразлично», «вас не отталкивает...». Для переводчика данное разговорное клише окажется недостаточно ясным, если он не знает дополнительной информации, связанной с употреблением выражений **turn on, turn off**. Обратившись за помощью к вышеупомянутому словарю, переводчик может уяснить себе, что одним из значений **turn on** является «курить или принимать внутрь лекарство с целью испытания ощущений на определенные стимулы». Иначе говоря, в вышеприведенном примере **turn on** — это синоним слова *trip*, которое широко известно в значении «ощущение действия наркотиков», «путешествие в мир гал-

люцинаций». Данное значение характерно для сленга. Однако ввиду своей необычайной популярности выражение **turn on** имеет и более широкое значение — «доставлять удовольствие». (Например: *This novel turns me on.* — *Я получаю удовольствие от чтения этого романа* или *Чтение этого романа доставляет мне удовольствие.*)

Одно время слово *trip* исчезло из американской разговорной речи и было заменено таким неблагозвучным словечком, как *schtick*. Но вскоре и это слово было вытеснено другими, еще более популярными клише — *that's his (her) thing* (*bit* или *bag*), что можно перевести примерно так: *вот его (ее) увлечение, вот чем он (она) живет*. (Например: *He is into a jazz trip now.* — *Он буквально живет сейчас джазом.*)

Итак, обобщая вышесказанное, мы можем сделать вывод, что клише **turn on** означает «испытывать удовольствие (волнение), горячо (страстно) реагировать».

Клише **turn off**, напротив, обозначает действие, противоположное **turn on**, и употребляется в смысле: «внушать отвращение», «быть противным», т. е. является синонимом глаголов *to disgust, to repulse*. Так, фразу *The film turned movie-goers off* можно перевести: *Фильм вызвал отвращение у зрителей*.

В ряде случаев (*to be*) **turned off** является синонимом (*to be*) **rejected** — *быть отвергнутым*. Клише **turn off** следует отличать от выражения **turn out**, тоже пришедшего из сферы просторечия, которое в современной разговорной речи означает «приобщать новичка к моде на что-л.».

Став «модным» сперва в речи молодежи, а потом и в речи более широких кругов населения, выражение **turn on** и другие, синонимичные ему, были быстро подхвачены рекламой. Например, в рекламе фильмов: *Sensational, it does — let's be honest — turn you on*, что, в свою очередь, еще более усилило популярность этих «крылатых» оборотов речи.

7. the militants. Даже не зная нового значения, в котором употребляется существительное *militants*, нетрудно догадаться, по ассоциации с прилагательным *militant* (которое в английском языке употребляется в значении «воинственный», «воинственно настроенный»), что здесь речь идет о тех людях, которые про-

тестуют по тому или иному поводу. Переводчик в отличие от читателя должен, однако, найти точное соответствие, не ограничиваясь «схватыванием» общего смысла. В данном контексте переводчик может предложить следующие часто реализуемые значения слова *militants* — «демонстранты», «протестующая молодежь», «молодежный протест», «движение молодых», «бунт молодых», «бунтующая молодежь», «политические активисты». Далее, используя уже упомянутый выше прием перевода, известный как *проба на сочетаемость*, можно подобрать и другие ситуативные эквиваленты: «сторонники активных мер», «сторонники решительных действий», «напористая молодежь» и т.д.

8. **do their own thing.** В общем, понять смысл этого выражения нетрудно: «делают свое дело», «делают то, что им нравится». В словаре "Slang American Style"¹ данная единица есть и даются примеры на то, как употребляется это выражение в разговорной речи. Ср.: I've always done my thing, and I don't see a great amount of benefit from it. Переводчик должен отойти от буквализма и подобрать стилистически более точный вариант, предложив, например, такой перевод: *занимаются своими делами, занимаются тем, чему они себя посвятили* и т.д. Do one's own thing — это фразеологическое клише, которое получило широкое распространение и может использоваться в самых различных речевых ситуациях. Например, в сфере театра:

The Johnny Mann Singers *doing their thing.*

Those Dean Martin summer pinch hitters *doing theirs.*

Певцы Джонни Ман в своем репертуаре.

Артисточки Дина Мартина, заменяющие летом его постоянную труппу, демонстрируют свое «я».

Здесь *doing their thing* имеет значение «исполняют свои (эстрадные) номера», «демонстрируют свои таланты». Как видно из настоящего перевода, диапазон толкования клише *do one's own thing* крайне широк. Так, фразу *Black Panthers doing their thing* следует перевести: «*Черные пантеры*» *действуют (протестуют) по-своему.*

¹"Slang American Style" by Richard A. Spears. — NTC Publishing Group, 2nd edition, 1995.

9. **y'know.** Часто повторяемый оборот, аналогичный русскому слову-паразиту *понимаешь*.

10. **meaningful, viable relationship** — понять нетрудно. Слова *meaningful, viable, relationship* хорошо известны даже начинающему переводчику. Но дать точный перевод здесь не так легко. Трудность состоит в том, что слово-клише *meaningful* обладает исключительно широким рядом значений. [Например, *meaningful contacts* — *полезные (ценные) контакты*; *meaningful dialogue* — *плодотворный диалог*; *meaningful talks* — *конструктивные переговоры*, *meaningful attitude* — *разумное отношение*.] К тому же, если учесть, что в данном тексте другое клише — *Establishment* употребляется в значении «правлящие круги», «верхушка», то все словосочетание уже нетрудно истолковать следующим образом: *разумные, плодотворные взаимоотношения с правительством*.

11. На единице **Establishment** следует остановиться особо. Это слово нередко употребляется в речи с неодобрительным оттенком. В связи с разнообразным смыслом, который вкладывается в слово *Establishment* в английском языке, в русском языке распространился даже такой вариант-калька «истэблишмент». В сочетании с другими словами слово *Establishment* выступает в более конкретном значении: так, *military Establishment* — это *система военных ведомств, военная машина*.

12. **hang-up.** В «Большом англо-русском словаре» для глагола *hang up* приводится целый ряд значений: 1) повесить, подвесить; 2) откладывать в долгий ящик; 3) *разг.* положить телефонную трубку.

В анализируемом нами тексте *hang-up* употребляется в значении «проблема», «забота», «мания»; это те значения, которые прежде всего упоминаются в словаре "Slang American Style". Но имеются и другие значения, указанные в этом словаре, но не зарегистрированные в обычных словарях: глагольная конструкция *to hang up* означает «сказать нет». Например: *If you don't want to do it, just hang up.*

13. **fuzz.** Это грубое слово, которое употребляется в отношении полицейских. Хотя журнал «Ти-ви гайд» относит данное слово к новому клише, с этим согласиться нельзя. Так, в словаре Г. Вентворта и С. Флекснера "The Pocket Dictionary of American

Slang" (1968) слово *fuzz* зарегистрировано в следующих значениях: 1. a policeman, *esp.* a diligent one 2. A sure thing, a certainty, *esp.* in gambling, *specif.* in horse racing. 3. *adv., adj.* partially drunk, т. е. авторы различают три значения: 1. полисмен; 2. верное дело; 3. пьяный (как прилагательное).

14. **blow your mind.** Незная ситуативного употребления этого оборота, перевести его невозможно. В упомянутом выше слове *to blow one's mind* означает «впечатлять кого-л.», «сильно впечатлить». Например: *Your credentials really blow my mind!* А второе значение в сфере разговорной речи и сленга следующее: «опьянить кого-л.». Например: *This stuff will blow your mind.* Поэтому в приводимом отрывке, содержащем целый ряд клише 70-х годов прошлого века, фраза *Does it blow your mind* означает: «Вас впечатляет, когда говорят...»

15. **sort of.** Понять и перевести данный штамп нетрудно: *в некотором роде, в некотором смысле.*

16. **generation gap.** Данный фразеологизм состоит из двух слов, которые хорошо известны изучающим английский язык. Учитывая элемент образности значения, можно перевести: *расхождение во взглядах между поколениями, несовпадение мнений (взглядов на жизнь) молодого и старшего поколений, проблема поколений, проблема отцов и детей.*

В настоящее время использование слова *gap* для выражения «нехватки», «несовпадения», «отсутствия чего-л.» стало характерным для английского языка. (Ср.: *credibility gap* — кризис доверия; *financial gap* — недостаток финансов, финансовый кризис; *development gap* — отставание в уровнях развития; *dollar gap* — недостаток долларов; *availability gap (of doctors)* — нехватка врачей; *nutrition gap* — недостаточная калорийность в рационе питания; *protein gap* — проблема белка; *technological gap* — отставание в области техники.)

17. **communication gap.** Как и в предыдущем случае, в понимании данного клише трудностей не встречается: значение данного словосочетания можно легко определить из его составных частей: *communication + gap*, т. е. буквально «разрыв в коммуникации». Но, поскольку здесь буквальная передача значения не отвечает требованиям перевода, переводчику необходимо проявить

определенную умственную изобретательность и целостно переосмыслить данное словосочетание. Пользуясь приемом смыслового развития, можно предложить такое закономерное соответствие: *неспособность понять друг друга, расхождение (во взглядах), проблема понимания.*

18. **where it's at.** В данном контексте понять значение этого клише невозможно. Переводчику необходимо (для достижения полноценного перевода) знать особые случаи употребления этого выражения. Оно взято из американской рекламы, в которой фраза *where it's at* используется часто. Ее ситуативный смысл такой: «где происходят такие-то важные дела», «где вы можете сделать бизнес», «где по-настоящему интересно», «где суть дела». Таким образом, под *where it's at* могут пониматься самые различные ситуации. Ответ дается такой: *This is where it's at.* В данном случае под словом *this* можно иметь в виду определенную фирму, аукцион, магазин, в которых продаются такие-то товары. Наряду с этой фразой-клише употребляется и синонимичная фраза: *What's happening?* — *Что происходит?* Это тоже рекламный лозунг-клише. Ответ аналогичен: *This is what's happening.* или: *This is where the action is.* — *Настоящие дела* ...там-то (например, называется магазин). Данный пример ярко показывает, сколь важным является для переводчика знание не только самих по себе языковых реалий, но и экстралингвистической информации.

19. **(if they really) told it like it is.** Перевести данную фразу, на первый взгляд, как будто нетрудно, и читатель, не знающий сферы употребления и особого значения этого клише, поймет его, по-видимому, в обычном смысле: «Если бы они действительно сказали об этом, как оно есть!» Однако его истинный смысл иной. На самом деле данное клише — это фраза, которую обычно выкрикивают демонстранты, когда, придя на митинг, они призывают своих ораторов сформулировать лозунг, выражающий чувства и настроения собравшихся. Поэтому в конкретной ситуации фраза *tell it like it is* означает нечто вроде: *брось клич, дай лозунг, расскажи всю правду*, и таким образом ее и следует переводить. Характерным моментом для таких демонстраций-митингов является активное участие в них самих демонстрантов путем непрерывного скандирования лозунгов. В американском полити-

ческом лексиконе даже существует особое понятие: participatory democracy, что буквально означает «демократия участия».

20. **would they, like, say...** Здесь значение like, которое употребляется для усиления или ослабления ответственности следующих далее слов, легко можно понять: *они, к примеру, скажут...*

21. **it was out of sight.** Если ориентироваться на обычное, «кажущееся» значение выражения it was out of sight, то все предложение надо было бы перевести: *Если бы они действительно бросили клич (лозунг), то они, к примеру, разве скажут, что ... это скрылось из вида.* Получается явная бессмыслица. Однако здесь клише out of sight (иногда пишется out-asigh) имеет иное значение, нежели то, в котором оно известно в литературном языке. Данное клише в современном английском языке в США, особенно в просторечии, все чаще употребляется в значении: «фантастический», «потрясающий», «невероятный», «быть не может», «трудно поверить», «поразительно», «вот здорово!» (Например: That's really out of sight = That's fantastic, that's terrific!) Синонимами его в разговорной речи являются: bitchen (от слова bitch) — *чертовски здорово!*, bon-a-roo, gassy, it's a gas, right on, super, cosmic, tits, wicked, groovy. Например:

The bike pack (= motorcycle group) travel to San Francisco was real bon-a-roo!

Эта поездка команды мотоциклистов в Сан-Франциско была чертовски удачной.

Данный ряд синонимов можно было бы продолжить такими словами, как spiffy (spiffie), smokey. (Например, spiffy dress — *потрясающее платье.*) Слово smokey — *отличенький* имеет явно просторечный оттенок и пока еще не вошло в литературную речь.

22. **beautiful.** Слово beautiful для понимания не представляет трудностей. Переводчику, однако, следует иметь в виду, что в современном английском языке в США данное слово (как раньше слова swell, nice) употребляется расширительно, т. е. с самыми различными положительными оттенками значений и, по сути дела, может заменять целый ряд синонимов: lovely, nice, swell, tasteful, pretty, good, handsome, comely, fair. И в каких только ситуациях не употребляется данное слово! Пиво фирмы Schaefer неизменно рекламируется как beautiful, т. е. «приятное на вкус»;

летняя вода в океане для многих американцев тоже beautiful, т. е. «приятная для купания»; песня, исполняемая певицей, разумеется, рекламируется как beautiful, т. е. «задушевная»; голос исполнительницы, конечно, тоже beautiful, т. е. «превосходный»; присутствующие на концерте зрители, безусловно, beautiful folks или beautiful people, т. е. «шикарная публика». Кстати сказать, фразеологический штамп beautiful people употребляется и в другом значении: «светское общество». Как мы видим, в статье оригинально пародируется это клише, которое действительно стало terribly worn-out — «ужасно избитым».

Здесь мы встречаемся с любопытнейшим и пока еще совсем не изученным явлением взаимодействия и взаимовлияния языка и средств массовой информации. Одни и те же речевые стереотипы неустанно «внедряются» в сознание масс читателей, телезрителей и радиослушателей до тех пор, пока они не будут у всех на устах. Разумеется, наряду с «рекламным» употреблением в речи слова beautiful не прекратилось и традиционное употребление этого слова в литературном языке, и тогда оно выступает в главном присущем ему значении «красивый».

Упомянутое выше «рекламное» употребление слова beautiful подтверждается словарем "Slang American Style". В словаре прямо сказано, что для слова beautiful в разговорной речи характерно значение «доставляющий сильное удовольствие», «отличный». И приводятся ряд примеров с этим значением:

This wine is really beautiful! Man, this place is beautiful!

23. **confrontation.** Слово не представляет особых затруднений для перевода: *конфронтация*. Однако это не исчерпывающий перевод. Чтобы подобрать полноценный эквивалент, переводчику следует иметь в виду, что данное слово означает не только то, что по-русски передается как *противостояние, очная ставка*, но и определенный элемент вызова. (Ср.: to confront = to oppose defiantly.) Поэтому в некоторых текстах лучше дать такой вариант — *противоборство*. Во множественном числе confrontations обычно переводится как *столкновения*.

24. **charisma.** Данное слово сравнительно мало известно изучающим английский язык, и, по-видимому, многими может быть

не понято. Обратившись к лексикографическим справочникам, переводчик узнает, что данное слово произошло от греческого слова *Kharisma*, которое имеет значение «божий дар». В дальнейшем заимствованное слово приобрело в американской лексике значение «симпатия». Кандидат на высокий пост, как внушает политическая реклама, обязательно должен иметь «искру божью».

25. **identity crisis.** Выражение представляет определенные трудности для понимания и перевода. Опять же для нахождения ситуативного соответствия в русском языке требуется знание американских реалий. В словаре Мюллера для слова *identity* зарегистрированы следующие значения: 1) тождественность; 2) подлинность; 3) личность, индивидуальность; 4) тождество. Контекст подсказывает, что здесь речь идет о личности. Но что такое «кризис личности»? Трудность перевода проистекает, по-видимому, из-за нераскрытого в упомянутом словаре нового значения слова *identity*, которое в настоящее время все чаще стало употребляться как «отождествление себя с кем-л. или с какой-л. группой». Отсюда *do you have an identity crisis over...* можно перевести: *вам трудно определить свое отношение к...*

26. **teach-in**, 27. **sit-in.** Проблема перевода слов типа *teach-in*, *sit-in*, *laugh-in*, *live-in*, *drive-in*, *nude-in*, *sing-in*, *ride-in*, *pray-in* и т.д. усложняется отсутствием достаточного опыта по переводу аналогичных конструкций английского языка. Лишь в последнее время, пожалуй, начиная со знаменитых «сидячих забастовок» (*sit-down strikes*), такого рода слова стали широко употребляться в американской речи. Стали появляться новые слова, образуемые на основе одного и того же принципа: *sit-down strikes* или сокращенно *sit-downs*; *sit-in strikes*, а потом просто *sit-ins*. Следовательно, слова такого рода означают какое-либо действие, передаваемое корневой формой слова, т. е. в данном случае *sit-in* — «это сидение внутри какого-л. помещения в знак протеста». Зная, что *to teach* означает «обучать», легко догадаться, что *teach-in* — это «широкая дискуссия в связи с каким-либо протестом», «митинг-протест». В словаре "The American Heritage" значение *teach-in* раскрывается следующим образом: «широкая и острая дискуссия по какому-либо вопросу на тему дня, прово-

димая на территории колледжа или университета с участием студентов, преподавателей и приглашенных гостей». Располагая подобной информацией, переводчик уже сам может прийти к такому решению: *teach-in* — *дискуссия (митинг) на злобу дня*.

28. **live-in.** Учитывая использованные выше приемы толкования и перевода, нетрудно решить, как перевести данное клише. Глагол *to live-in* в США употребляется, в частности, в отношении хиппи, проживающих обычно целой группой, т. е. *live-in* означает «проживать совместно под одной крышей», «жить коммунальной». Еще ряд подобных примеров: *be-in* — «интимная встреча» или «творческая встреча»; *snarl-in* — «пробка» (в движении машин); *laugh-in* — «вечер смеха»; *lie-in* — «протест путем лежания на земле»; *nude-in* — «групповое раздевание» (например, на пляже); *shoot-in* — «стрельба», «перестрелка» (внутри какого-либо участка или помещения) в отличие от *shoot-out* — «перестрелка на улице»; *stand-in* — «дублер» (например, в кино съемках при исполнении опасных трюков); *to work-in* — «продолжать работать» (в знак протеста)¹.

29. **to retire to your pad.** Вряд ли читатель сможет понять это выражение, если он не знает новейшего значения слова *pad*. Словарь Мюллера дает следующее значение для сленгизма *pad*: «курительная опиума», «притон». Именно из этого значения, по-видимому, недавно развилось другое: «жилище», «лачуга», «хибарка», «хата». Слово *pad*, судя по приведенным выше вариантам перевода, имеет ярко выраженный разговорный оттенок. (Ср. *to knock the pad* — *плюхнуться спать*.)

30. **a piece of the action.** Нетрудно догадаться, что речь идет о каком-то «участии». Переводчику здесь следует обратить внимание на слово *action*. Под *action* в настоящее время в американском варианте английского языка имеется в виду «конкретная деятельность (действие) в какой-либо области». (Ср. выражение из языка рекламы *where the action is* — *там, где делаются такие-то дела*.) Призыв в повелительной форме — *share a piece of the action* — взят из языка современной рекламы и имеет следую-

См.: *McLennan, G.* Britain: Mass Struggle Reaches New Heights // *World Marxist Review*, July, 1972.

ший смысл: «внесите свою лепту и вы». Слово action, сфера употребления которого в 70-е годы XX в. значительно расширилась, нередко выступает в качестве части фразеологического штампа. [Например, man of action — *человек дела*; action group — *группа, осуществляющая какие-либо меры*; action committee — *комитет действий*; action plan — *план мероприятий*; action reporter — *репортер, пытающийся оказать конкретную помощь* (в связи с какой-либо просьбой или жалобой, поступившей на радиостанцию или телестудию); programme of effective action — *программа эффективных мер*; time for action — *время действий*; unity of action — *единство действий*.]

31. **bugged by.** Не зная нового разговорного значения глагола to bug, трудно понять, что здесь имеется в виду. Догадаться об этом значении глагола можно, например, по следующему микроконтексту в виде отдельного предложения: Are you bugged by this monotonous music? Ясно, что перевести надо так: *Вам не надоела эта монотонная музыка?* Стало быть, to be bugged — «быть раздраженным». Не исключена возможность, что данное значение на первых порах как раз и было связано с музыкой. [Ср.: a hi-fi bug, т. е. «любитель (энтузиаст) музыки, записываемой на высококачественную записывающую аппаратуру».] Кроме того, глагол to bug стал недавно употребляться в значении «подслушивать с помощью электронных устройств».

32. **commitment.** Данное слово хорошо известно изучающим английский язык. Переводчику важно почувствовать в данном тексте элемент иронии. Здесь имеется в виду не просто присущее данному слову значение «обязательство», а более общее, современное значение: «курс, связанный с проведением определенной политики», «(официальное) обещание действовать соответствующим образом», «преданность чему-л.». [Например, war commitment — *обязательство о поставке оружия* (военные обязательства); commitment to law and order — *быть сторонником курса на поддержание правопорядка*; commitment to financial discipline — *решимость соблюдать финансовую дисциплину*; to be committed to one's job — *быть преданным (своей) работе*.]

33. **value judgements.** Понять нетрудно: *суждение о ценностях*. Однако этот вариант вряд ли можно признать удачным по той

причине, что такой перевод не передает полностью значения данного клише.

Заглянем в словарь "The American Heritage". Лексическая единица value judgement выделена в нем в качестве отдельной статьи и имеет следующее пояснение: «суждение на основе своей личной или классовой точки зрения».

34. **think it groovy.** Здесь переводчик снова сталкивается с проблемой языковых реалий. Выяснив значение слова groovy по словарю Мюллера, переводчик может понять этот оборот следующим образом: «считать (что-либо) ограниченным». Действительно, как прилагательное слово groovy раньше всегда употреблялось в значении «склонный к рутине», «недалекий». У слова groovy развилось совершенно новое значение, полностью вытеснившее предыдущее. Это разговорное и сленговое значение слова groovy — «красивый», «приятный», «потрясающий», «блестящий» и т.д. [Например, groovy idea (*syn.* far-out, cosmic idea) — *интереснейшая мысль*; groovy fellow — *симпатичный парень*; groovy party — *чудесная вечеринка*; to have very groovy time — *неплохо провести время, хорошо повеселиться*; groovy! — *здорово/; согласен*.]

Словарь "Slang American Style" подтверждает этот факт. В словаре для иллюстрации этого значения приводятся такие примеры:

Man, this music is groovy! What a groovy day!

Как мы видим, данный сленгизм по-прежнему весьма популярен. Но у слова groovy есть и второе значение: «опьяненный». Например:

Three beers and he was a little groovy.
She's groovy, but she can still stand up.

Значение этого слова, по-видимому, развилось в результате употребления сленгового выражения in the groove — *приятный, возбуждающий*. Сначала слово groovy употреблялось, в основном, в жаргоне наркоманов, хиппи и т.п. [Ср. groovy stuff — *хорошо берет* (о наркотике); groovy spoonful (или loving spoonful) — *героин*; He is feeling groovy. — *Он испытывает приятное ощущение*.] Затем слово groovy было подхвачено американской рекламой,

печатью, телевидением, и сейчас уже можно с уверенностью утверждать, что слово *groovy* заняло «законное» место в литературном английском языке наряду со словами-синонимами типа *nice*, *fun(ny)*, *exciting*, *pleasing*, *pleasant*, *marvelous*, *gorgeous*, *swell*, *good*, *gassy*, *glamorous*, *fashionable*, *unbelievable*, *eye-catching*, *super*, т. е. стало принадлежать к общелитературному пласту лексики. Появилось и другое разговорное выражение: *to groove on*, означающее «очень нравиться». [Например: **He can really groove on the Beatles.** (*Syn.*) **He digs (= likes) the Beatles.** — *Он любит ансамбль «Битлз».*]

35. **its old turf.** Не зная нового значения этого фразеологизма, понять его невозможно, как и нельзя перевести его без дополнительной информации. Здесь слово *turf*, конечно, обозначает не «дерн», «торф» или «беговую дорожку», как сказано в словаре Мюллера. У слова *turf* появилось недавно совершенно новое значение: так отдельные группы рэкетиров называют район своих операций. (См. "The American Heritage".) Но данное выражение употребляется не только в этом смысле: его значение гораздо шире. Ср.:

...they (the gang) wanted Colombo's turf — and they knew that it was vulnerable. It was no secret that Colombo lieutenants were annoyed at the boss for neglecting the rackets in favor of Civil Rights League activity. ("Newsweek", 1971)

В данной статье *Colombo's turf* употребляется в значении «сфера операций Коломбо», «районы, где орудовали молодчики Коломбо».

Новейший словарь "Slang American Style" подтверждает правильность такого анализа. Кроме того, в словаре даются убедительные примеры, показывающие именно такое употребление слова *turf*.

Например: *When you're on my turf, you do what I say — savvy?* Кстати сказать, не все переводчики знают, что здесь *savvy* — это сленгизм, означающий «понимать».

36. **state of nausea.** Понять и перевести нетрудно: *в состоянии отвращения, тошноты.*

37. **in broadcasting.** Понять легко. *In broadcasting* означает «в передачах по радио, телевидению».

38. **in print.** Трудностей для понимания здесь нет. *In print* — *в прессе, в печати.*

39. **split the scene.** На основе данного контекста трудно понять, о чем идет речь. Фразеологизм-клише *to split the scene* попал в английский язык из молодежного жаргона. Значение общеизвестной фразы *to make the scene* — «устроить сцену, скандал» свойственно общелитературному английскому языку; в американском же его варианте развилось новое значение «участвовать в какой-либо деятельности или событии». Например, *the scene was made by film stars* можно перевести: *в этой мероприятии участвовали кинозвезды* или *здесь задавали тон кинозвезды.* Стало быть, *the scene* в современном расширенном толковании — это «фешенебельное место», где устраиваются шоу, вечеринки, просмотры, встречи и т.д. *Bad scene* можно перевести как *неприятность, разочарование, неприятное событие.* Поскольку слово *drug* — *лекарство, наркотик* имеет ряд синонимов (например, *pot*, *grass*, *locoweed*, *Mary Jane*, *tea*, *gag*, *reefers*), то в прессе часто можно встретить такие словосочетания, как *pot scene*, *drug scene*, *grass scene*. В данном контексте выражение *to split the scene* можно перевести примерно так: *удаляться из этой сферы.*

40. **not our bag.** Имеются определенные трудности в понимании этого клише. Как и во всех вышеприведенных примерах, данное клише невозможно перевести, не зная ситуативного использования слова *bag*. БАРС приводит некоторые разговорные значения слова *bag*. [Ср.: *bag* (жарг.) — «баба», «бабенка», «девка»; *to bag* — «арестовать», «схватить».] Однако в последнее время слово *bag* стало употребляться и в значении «сфера деятельности», «образ жизни», «интерес», «любимое занятие», «хобби». Если человек знает это, ему нетрудно уозаключить, что фраза *it's not our bag* означает: «это не наша сфера», «не наша область», «не наша забота». (Например, *Cooking is not my bag.* — *Кулинария ~ это не мое призвание.*)

Вышеперечисленные клише представляют собой разговорные штампы эпохи 70-х годов прошлого века. Многие из них следовало бы скорее назвать фразеологическими штампами, поскольку они обладают определенной идиоматичностью. (Ср.: *to split the scene*, *it's not my bag*, *to retire to one's pad.*) Анализ пе-

ревода данных клише показывает, что основной прием раскрытия их значения и образной стороны — это поиск аналогии в родном языке. Появление все новых и новых клише — характернейшее явление в развитии любого языка, особенно в эпоху массовой коммуникации.

Внедрение в речь слов-клише со сленговым оттенком характерно не только для молодежи 70-х годов XX в., но и для языка политиков. Особенно заметно это в политическом лексиконе США в настоящее время.

В политическом лексиконе США в последнее время появилось много новых слов, постепенно вытесняющих общепринятую политическую лексику. Об этом убедительно свидетельствует «Словарь новых политических слов и фраз» У. Сэфайера¹, насчитывающий несколько тысяч терминов. Стремление к новизне, умышленная попытка отдельных политических деятелей США «затемнить» свои мысли (проявление эвфемистических тенденций) и, наконец, крикливый, сенсационный стиль политических речей отдельных ораторов — все это не может не породить обилия новообразований в области политической лексики. Вот некоторые яркие примеры: термин *agonizing reappraisal* все чаще фигурирует в печати вместо привычного словосочетания *change of mind* — *изменение позиции*; разговорный термин *mover and shaker* нередко предпочитается традиционному *elder statesman*, которое переводится как *старейший, заслуженный государственный деятель*; образный термин *wheelhorse* (или *ward heeler*) — *работяга* (на своего босса) можно иногда встретить вместо политического термина *party hack* — *политический наймит*; *straw man* — это понятие, которое обозначает в английском языке в США «мнимую (фиктивную) силу». Узкополитическое значение термина *straw man*, однако, следующее: «подставной кандидат, кандидатура которого выдвигается на выборах, с тем чтобы отвлечь внимание от другого кандидата и тем самым расколоть политическую оппозицию». Существует и ряд его синонимов: выражение *paper tiger*, которое так и вошло в русский язык как *бумажный тигр*; *stalking horse* — букв. «заслонная лошадь», а фи-

См.: *Safire, W. The New Language of Politics.* — N. Y., 1968.

гуральное значение — «кандидатура, выдвигаемая с целью раскола голосов сторонников другой партии». Интересно, что в разговорном американском языке есть другой термин с элементом *straw*: это единица *straw boss*. Значение такое: «находящийся на вторых ролях». Например: *The straw boss gave the order and off we went. I don't mind being a straw boss as long as they pay me.* Такое фигуральное употребление слова *straw*, видимо, становится тенденцией в английском языке. Будет неудивительно, если в дальнейшем мы увидим и другие единицы такого рода.

Фразеологизм *long hot summer* означает букв. «долгое жаркое лето». Это клише в настоящее время употребляется вместо слова *riots* — *волнения, бунты*. *Whistle stop* — «краткое выступление кандидата во время стоянки» (например, поезда) используется вместо общеизвестного литературного словосочетания *small audience* — *группа слушателей речи кандидата-оратора*. Интересно сравнить это выражение с другим не менее образным: *whistle stop campaign* — «разъездная предвыборная агитационная кампания кандидата». Новый термин *sleeper* (ранее *dark horse*) иногда употребляется вместо обычного термина *surprise victor* — *неожиданный победитель* (на выборах). В прошлом шуточный оборот *rubber chicken circuit* — букв. «поездка, связанная с посещением приемов, на которых подается «резиновый цыпленок», заимствованный из американского политического лексикона, теперь все чаще встречается уже как абсолютно литературный вариант. Термин *grass roots* — букв. «корни травы» вместо слова *people* — *народ*; *do-gooder* — букв. «сотворяющий добро» (или *bleeding heart* — букв. «сердце, обливающееся кровью»), вместо слова *liberal* — *либерал*. В американском политическом языке делаются также попытки уточнения понятия *liberal*; изобретен новый термин *radical liberal* — *радикальный либерал*.

Слово *fringe* или идиома *lunatic fringe* в политическом языке употребляется вместо общепризнанного слова *extremist(s)* — *экстремист(ы), бешеный(ые)*; слово *mugwump* — *независимый* (в политике) в некоторых случаях употребляется вместо термина *dissident* — *диссидент*; термин *powergrab* — *захват власти*, имеющий явно сленговый оттенок, нередко заменяет официальный политический термин *coup* (или *coup d'etat*) — *переворот*, заимство-

ванный из французского языка. Вместо общепринятого литературного термина *confrontation* — *конфронтация* в печати нередко можно встретить новый оборот-клише *eyeball to eyeball* с *глазу на глаз*, имеющий явно разговорный оттенок. Разговорное словечко *shoo-in* — «уверенный в победе (на выборах) кандидат» иногда употребляется вместо терминов *likely easy victor* «человек, который, по всей вероятности, одержит легкую победу на выборах»; термин *trimmer* (сленговым синонимом является слово *poosy-footer*) — «приспособленец», «оппортунист» некоторыми американскими обозревателями новостей употребляется вместо обычного слова *compromiser* — *соглашатель, примиренец*; эмоционально окрашенное идиоматическое словосочетание *public trough* — *кормушка* иногда употребляется вместо стандартного термина *government funds* — *правительственные фонды*.

Упомянутый нами способ перевода клише путем *поиска аналогичных соответствий* в языке перевода часто выходит за рамки дословного перевода (ср.: *brave as a lion* — *храбрый как лев*, *cold as ice* — *холодный как лед*) и требует передачи фигурального значения. То же клише *brave as a lion* можно перевести и по-другому: *мужественный, отважный*; а фразеологизм *cold as ice* как *бессердечный, черствый*, т. е. можно просто передать их переносное значение.

2.5. Популярная лексика. Проблема перевода

Поскольку *популярная лексика* постоянно встречается в речи, в газетах, журналах, по радио и телевидению, то совершенно ясно, что ее надо отрабатывать и ее знание должно быть доведено до *автоматизма*. Так, в нашем недавно изданном словаре "English-Russian Learner's Dictionary of Popular Words and Phrases"¹ дается около 5000 гнезд, в которых представлена популярная лексика. В основном — это лексика прессы, радио и телевидения.

Приведем один пример, чтобы показать, в чем состоит популярность подобной лексики.

Возьмем слово-штамп *goodwill*. В каких только ситуациях оно не встречается. Это и словосочетаемость: *to enjoy/have/create a goodwill; to win a goodwill; to depend/rely on the goodwill of; to show/express goodwill*. Это и отдельные устойчивые выражения с этим словом: *a jesture of goodwill; to act in the spirit of goodwill; a goodwill ambassador*.

Другими словами, это популярное слово встречается **в речи** очень часто. И таких популярных слов в английском языке несколько **тысяч**.

Некоторые из них стали популярными недавно (*to escalate, to teach-in*), некоторые популярны уже десятки лет (*to drive in, fair hearing, to get to the heart of the matter, to speak from the heart, global survival, give smb the go-ahead, golden handshake, pressure group* и т. д.).

Поскольку эти единицы популярны, ими надо владеть на уровне автоматизма, т. е. должно быть *свободное владение популярной лексикой*.

Чтобы проверить себя и убедиться, насколько свободно вы владеете данными популярными словами и фразами, выполните следующие задания.

Вопросы

1. Можно ли отнести лексику, часто встречающуюся в СМИ, к популярной?
2. Можно ли считать вашу речь выразительной, если она лишена популярных слов?

3. В разговорном языке часто встречаются популярные слова?
4. Широко ли представлена популярная лексика в английских словарях?
5. Имеются ли словари популярных слов и фраз на русском языке?
6. Сколько популярных слов и фраз вы примерно знаете?
7. Сколько популярных слов и фраз надо знать, чтобы эффективно общаться на английском языке?

Задание. Переведите предложения, содержащие популярную лексику.

1. We seem *to be in a crunch* of one kind or another all the time.
2. I don't think he'll win; it's *a one-man crusade*.
3. Look at her dress! It's *a last cry*!
4. The papers actually *cry out against* injustice.
5. It's not *my cup of tea*.
6. Why do you read this paper? — Because it *covers current events* very well.
7. Where is the arrested person? — He *is in custody*.
8. Is this article expensive? — No, it isn't. It's *a cut-price article*.
9. *Cut the comedy!* We don't have time!
10. What about his position? — Well, *he's dead broke*.
11. The whole plan was *a dead duck* from the beginning.
12. This exercise is quite easy! I'd say it's *dead easy*!
13. She acts like she *is dead from the neck up*. (Br.E.)
14. Why do you ask this question a number of times? Don't you know *it's a dead horse* (= dead issue).
15. What kind of policy is this? — It's *a dear money policy*.
16. I don't like *heated debates*.
17. It'll take years to solve the issue. It's *a deep-seated political crisis*.
18. He got *an outright denial*.
19. Who is going to listen to your *sweeping denunciations*?
20. He had an interesting job and it *shaped his destiny*.
21. In political circles he was known *as a diehard* because he refused to abandon his conservative position.
22. *Dig up*, man. This is important!
23. He is an advocate of *a person-to-person diplomacy*.
24. Why do you go to and fro? Is it your *shuttle diplomacy*?
25. I enjoy listening to the speeches of *bleeding hearts*.
26. *Drug trafficking* is prohibited by law.
27. He likes winter. He *takes to winter like a duck to water*.
28. In this case we should speak about *the due process of law*.
29. Is he *a duly authorized person*?
30. Considerable assets *were earmarked for* privatization.

2.6. Атрибутивные сочетания и их перевод

Атрибутивные конструкции представляют собой один из наиболее распространенных типов свободных словосочетаний в современном английском языке. Они часто встречаются в общественно-политических и научно-технических текстах.

Исследователи перевода указывают, что особый интерес для перевода представляют препозитивные атрибутивные группы, т. е. такие словосочетания в современном английском языке, которые обладают целым рядом специфических особенностей.

Чтобы добиться правильного перевода атрибутивных словосочетаний, переводчик должен знать структурно-семантические особенности таких словосочетаний и представлять себе, какими средствами он располагает в русском языке для преодоления возникающих трудностей. Поэтому при рассмотрении вопроса о переводе подобных словосочетаний целесообразно сначала остановиться на их структурно-семантических особенностях, а затем отметить основные приемы их перевода.

Изучение структурно-семантических особенностей атрибутивных групп в современном английском языке обнаруживает больший, по сравнению с русским языком, диапазон смысловых связей между членами словосочетания. Рассмотрим это явление на ряде примеров.

<i>Атрибутивное сочетание</i>	<i>Перевод</i>
agency agreement signing principles	принципы подписания агентского соглашения
agency commission size	размер агентской комиссии
compliance audit	аудиторская проверка на соответствие
computerized accounting system	автоматизированная система бухгалтерского учета
consignment agent	консигнационный агент
damage compensation statistics	данные о компенсациях за ущерб

<i>Атрибутивное сочетание</i>	<i>Перевод</i>
debit note	дебетовое авизо
export credit guarantee department	департамент по гарантиям экспортных кредитов
foreign exchange holdings	объем авуаров в иностранной валюте
foreign trade indicators analysis	анализ показателей внешней торговли
hand-dog politician	(сленг) преданный служака
information technology priorities	приоритеты в сфере информационной политики
insider information	инсайдерская информация
London daily sugar prices	ежедневная цена на сахар на Лондонской бирже
mutual and balanced force reduction	взаимное и сбалансированное сокращение вооруженных сил
taking-no-action policy	политика пассивных мер
undercover operation impact	роль тайной операции

Из приведенных примеров следует, что переводчику приходится проделывать значительную аналитическую работу, чтобы правильно передать в переводе смысловые связи между элементами в английских атрибутивных сочетаниях.

С другой стороны, следует признать, что во многих случаях такого смыслового развертывания не требуется, и тогда процесс перевода значительно облегчается.

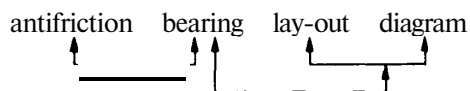
<i>Атрибутивное сочетание в английском языке</i>	<i>Передача смысловых связей путем перевода на русский язык</i>
district attorney	районный прокурор
drafting committee	редакционный комитет
ratification instrument	ратификационная грамота
business calculations	хозяйственные расчеты

<i>Атрибутивное сочетание в английском языке</i>	<i>Передача СМЫСЛОВЫХ связей путем перевода на русский язык</i>
capital flow rates	темпы движения капитала
expenditure pattern	структура расходов
space age	космическая эпоха
session committee group	группа сессионного комитета
construction efforts	строительная деятельность

Наиболее трудными для перевода являются атрибутивные сочетания, включающие более двух-трех слов, как, например: “Worldwithout bombs” conference programme — *программа конференции «За мир без бомб»*; Africa denuclearization declaration — *декларация об объявлении Африки безъядерной зоной*; European Petroleum Equipment Manufacturers Federation — *Европейская Федерация предприятий по производству оборудования для нефтяной промышленности*.

В этих случаях сначала необходимо найти ключевое слово, с которого следует начинать перевод. Такое слово всегда находится в конце атрибутивного сочетания. Затем следует разобраться во внутренних смысловых связях атрибутивной конструкции, идя от конечного ключевого слова к его непосредственному определению.

С атрибутивными конструкциями особенно часто приходится встречаться в научно-технических текстах. Как перевести, например, атрибутивную конструкцию antifriction bearing lay-out diagram? В соответствии с приведенной выше рекомендацией определяем ключевое слово. Это — слово diagram. Следовательно, речь идет о схеме. Какой схеме? Рассматриваем определения к слову diagram: lay-out diagram — *букв. «схема расположения»*. Необходимо сделать дальнейшие смысловые уточнения: antifriction bearing lay-out diagram — *схема расположения подшипников качения*. Таким образом, образуется целая цепочка взаимосвязанных слов, относящихся к ключевому слову. Эту **СВЯЗЬ МОЖНО** изобразить следующим образом.



Данное явление получило столь широкое распространение в научно-технической литературе, что появились целые словари с такого рода словосочетаниями. Вот некоторые примеры, заимствуемые нами из американского словаря по электротехнике¹:

frame flyback time — время кадрового обратного хода
amplitude grating method — метод амплитудных частот

Особый интерес представляет перевод атрибутивных конструкций в *газетных заголовках*. Для того чтобы правильно перевести газетный заголовок, необходимо иметь определенный навык в расшифровке их значения. Рассмотрим некоторые заголовки из газеты "Morning Star" за 1974 год.

Immigrant check plan "sinister". Как видно из данного примера, препозитивная группа существительных сопровождается прилагательным. Следовательно, по всей вероятности, данное прилагательное есть часть составного сказуемого. Тогда в полной развернутой форме заголовок будет выглядеть следующим образом: Immigrant check plan is (looks) "sinister". Теперь надо уточнить, в каком смысле употребляется сочетание check plan — «контрольный план» или «план контроля над...»? Нередко случается так, что информации одного заголовка явно недостаточно, чтобы дать его адекватный перевод, хотя обычно при чтении такое «схватывание» общей идеи вполне удовлетворяет читателя. В первых же нижеследующих строках смысловое содержание заголовка раскрывается совершенно четко:

A government plan to force some black people to show their passports or identity documents when they apply for a national
Вчера вечером палата общин объявила «зловещим» план правительства (Англии), в соответствии с которым некоторые чернокожие будут обязаны предъявлять свои

¹ См.: *Macura, Paul. The Russian-English Dictionary of Electrotechnology and Applied Sciences. - N. Y., 1971.*

insurance card was condemned in the Commons last night as "sinister".

паспорта или удостоверения личности при подаче ими заявления о выдаче страховой карточки.

Теперь ясно, что речь идет о плане контроля над иммигрантами при выдаче им страховых карточек. Таким образом, весь заголовок можно перевести так: *План контроля над иммигрантами объявляется «зловещим»*.

Особую трудность в переводе представляют заголовки, в которых герундиальная конструкция может быть перепутана с отглагольным существительным: Prentice back to bashing militants. Что же вновь собирается сделать Прентис? Может быть, он вновь вернулся к «энергичным» активистам? Или: Прентис вновь нападает с критикой на активистов? Ключом к разгадке служит контекст.

Labour's shadow employment minister Reg Prentice took up his "militant-bashing" campaign again yesterday.

Рег Прентис, министр по вопросам найма теневого кабинета лейбористской партии, вчера вновь обрушился на активистов.

Стало быть, заголовок можно перевести так: *Прентис вновь атакует активистов*.

Вопросы

1. Что такое атрибутивные сочетания? В чем их особенность с точки зрения перевода?
2. Приведите примеры атрибутивных сочетаний из коммерческих текстов.
3. Приведите примеры атрибутивных сочетаний из общих текстов.
4. Как дешифруются атрибутивные конструкции?
5. Какие проблемы возникают с атрибутивными конструкциями в виде заголовков при их переводе на русский язык?
6. В чем состоят трудности перевода заголовков?
7. Встречались ли в вашей учебной или профессиональной работе трудности перевода атрибутивных конструкций? Вы действовали наугад или работали по определенным правилам дешифровки атрибутивных конструкций? В чем состоят эти правила?

Задание 1. Переведите на русский следующие предложения, включающие атрибутивные конструкции.

1. *The conservative parties' petition* against the plan was not effective.
2. I disagree with *the laying-off principles* of this company.
3. The document should be written in compliance with *a notarial form*.
4. Whose property is it? — It is *an owner-occupied property*.
5. In many constitutions *the property rights* are strictly guarded.
6. *The public safety commissioner* was ready to use *water cannons* and *attack dogs* on a group of *civil rights demonstrators*.
7. It's likely that *domestic-based American export industry* will show better results next year.
8. The reporter wrote about *excessive monopoly profits*.
9. I am not the one who likes to read *the gutter press*.
10. If you are a student of Business English, you must know what the term *parent company* means.

Задание 2. Ниже даны характерные для газет заголовки. Предложите наиболее подходящую лексическую единицу из ряда единиц, данных в скобках. Далее переведите заголовки на русский, ориентируясь на общий смысл, контекст и фоновую (общую) информацию о происходящих событиях.

Например: _____ Dog Bites Three Children (Vicious, Wary, Harsh, Sacred)

Вставляем нужное слово и получаем следующий газетный заголовок:

Vicious Dog Bites Three Children

(Vicious потому, что в английском языке принято предупреждать о злых собаках следующим образом: Beware of Vicious Dog!)

Перевод можно предложить такой:

От злой собаки пострадали трое детей.

1. *"Send Food To Relieve _____ In Africa"* (Famine, Underdog, Reckless, Economical)
2. *City Council In_Vote To Lower Taxes* (Casual, Fortunate, Unanimous, Ingenious)

3. *Henry Ford Honored As _____ In Auto Industry* (Sacred, Pioneer, Rival, Brutal)
4. *Millions To Warmth Of The Southwest* (Appeal, Surpass, Expand, Migrate)
5. *Producer To Musical Comedy Hit Of The 1920s* (Appeal, Commence, Revive, Pledge)
6. *"Be _____ Of Get-Rich-Quick Schemes," Warns Banker* (Wary, Reckless, Grateful, Confident)
7. *Referees Fail To Control _____ Hockey Game* (Nimble, Duplicate, Unruly, Vast)
8. *Dieter Praised For _____ Figure* (Observant, Slender, Bewildered, Casual)
9. *Training Film Shows How To Avoid Being _____ Driver* (Nimble, Wary, Reckless, Accurate)
10. *Flood Waters _____ As Emergency Ends* (Collapse, Subside, Quench, Respond)
11. *12-Year-Old Mugger Protected By _____ Law* (Final, Rash, Juvenile, Fugitive)
12. *Diplomat Sent To _____ Angry Canadians* (Pacify, Prosecute, Betray, Disrupt)
13. *Hundreds At Church For Accident Victims* (Beckon, Mourn, Respond, Venture)
14. *_____ Fire Expected In Lebanese War* (Cease, Squander, Compel, Commend)
15. *Former _____ Does Not Miss Royal Luxury* (Guide, Monarch, Architect, Censor)
16. *Merger Effort Will _____ The Two Companies* (Daze, Betray, Depict, Unite)
17. *Painter Aims To _____ Life In Haiti* (Outlaw, Depict, Exhaust, Utter)
18. *Bank Rewards _____ Depositors* (Rash, Pauper, Excessive, Thrifty)
19. *"Forgetful" Husband Accused Of _____* (Morality, Bigamy, Toil, Severity)

2.7. Сленг — что это такое? Как переводить слова, представляющие собой сленг?

Еще в 1973 году Г.А. Судзиловский, известный исследователь сленга, привлек внимание общественности к этому феномену¹. В то время считалось, что сленг — это что-то необычное и непонятное. Раздавались рекомендации заменять непонятный и «не наш» сленг словом «просторечие». И хотя почти все исследователи английского языка все время ссылались на сленг в словарях, все равно рекомендовалось употреблять термин «просторечие». То есть в то время казалось, что слово «сленг» вообще не приживется в русском языке. Теперь же, когда мы говорим о лексике, не вписывающейся в рамки литературного языка, все употребляют слово «сленг».

Можно утверждать, что сленг отстоял свое право так называться и в России. На самом деле, сленг — это поразительный по своей выразительности речевой ресурс. Другое дело, что многие не владеют сленгом и не хотят тратить время на овладение им. Однако, несмотря на все наши пристрастия и антипатии к тем или иным словам, сленг по-прежнему занимает видное место как лексическое явление современности. Более того, словари разговорной речи также часто регистрируют сленгизмы, поскольку, как отмечают их авторы, в некоторых случаях трудно провести границу между сленгом и разговорной речью.

Действительно, в условиях массового воздействия СМИ на язык границы между отдельными словами размываются.

Г.А. Судзиловский отмечает в своих работах, что под термином «сленг» обычно объединяются самые различные понятия. К числу наиболее существенных отличительных признаков сленга Г.А. Судзиловский относит следующие:

- 1) Сленг — это лексическое явление.
- 2) К сленгу относятся нелитературная лексика.
- 3) Сленг — это лексика, характерная для устной речи.
- 4) Сленг — это лексика, имеющая эмоциональную окраску.

См.: Судзиловский Г.А. Сленг — что это такое? — М.: Воениздат, 1973.

- 5) Сленг характеризуется определенной фамильярной окраской.
- 6) К сленгу обычно относят всякого рода шуточные, иронические и другие выражения.
- 7) Сленг можно условно разделить на общеизвестный и общепотребительный и малоизвестный и узкопотребительный.
- 8) Для сленга характерна ограниченная понятность.

Благодаря такому обилию отличительных признаков и условности понятия «сленг» многие лингвисты вообще предпочитают обходиться другими понятиями и не употребляют термина «сленг». Однако, поскольку почти во всех американских и английских словарях помета sl. (сленг) присутствует, переводчику необходимо знать это понятие, разбираться в том, что представляет собой сленг. Сами английские и американские лингвисты также отдают себе отчет в том, что понятие «сленг» чересчур широко, но тем не менее продолжают пользоваться им за неимением другого.

В предисловии к словарю «Сленг и аналогичные лексические средства в прошлом и в настоящем» его автор Джон С. Фармер пишет: «Что представляет собой сленг? Фактически я не установил этого, равно как и не смог предложить какого-либо определения, которое бы охватывало всю ту область лексики, которую при этом надо иметь в виду»¹. Джон С. Фармер далее приводит слова исследователя сленга Маррея, который утверждал, что дать определение сленгу «вообще невозможно»². Некоторые исследователи предлагают относить к сленгу всю ту общую лексику, которая не относится к «королевскому английскому языку» (Queen's English).

1 Farmer, John S. Slang and Its Analogues, Past and Present. A Dictionary, Historical and Comparative, of the Heterodox Speech of All Classes of Society for More Than Three Hundred Years. — N. Y., 1965. — P. vi. — *Пер. авт.*

2 Быть может, поэтому составители «Большого англо-русского словаря» под общим руководством И.Р. Гальперина вообще отказались от термина «сленг». В то же время, как отмечалось выше, многие ученые признают этот термин. Например, И.В. Арнольд, автор книги «Стилистика современного английского языка» (Л.: Просвещение, 1973), пишет о сленге следующее: «Ярко выраженный эмоциональный, оценочный и экспрессивный характер имеет особый, генетически весьма неоднородный слой лексики и фразеологии, называемый сленгом, бытующий в разговорной речи и находящийся вне пределов литературной нормы» (с. 90).

Интересную, с научной точки зрения, трактовку сленга можно найти в статье Стюарта Б. Флекснера, одного из авторов «Словаря американского сленга». В предисловии к этому словарю Стюарт Б. Флекснер пишет: «Американский сленг, термин, который положен в основу названия настоящего словаря, представляет собой те слова и выражения, которые используются сравнительно большей частью широких слоев американского народа или которые понятны ему, но, по мнению большинства, не подходят для «хорошего», официального употребления их в речи»¹. В цитируемой статье Стюарт Б. Флекснер приводит красноречивые данные. Общий словарный запас «среднего американца», пишет автор, насчитывает примерно 10 000—20 000 слов. Из них около 2 000 слов относятся к сленгу. Итак, *первая* особенность в том, что сленг составляет 10—20 процентов от упомянутого выше общего лексического запаса. Следует, правда, отметить, что этот лексический запас, по словам Стюарта Б. Флекснера, хотя и известен в полном объеме «среднему американцу», но редко используется полностью в реальной речевой практике. Свои выводы Стюарт Б. Флекснер подкрепляет, в частности, следующими данными. Всего в американский английский, по подсчетам ученых, входит 10 000 слов, относящихся к сленгу, и 35 000 слов — к его разновидностям: это — профессиональный сленг, жаргонизмы, арго, крылатые шутливые фразы².

На границе между сленгом и несленгом стоят так называемые коллоквиализмы, т. е. сугубо разговорные словечки. Например, такие слова и обороты, как to hit the high spots — *останавливаться на основных местах* (в сообщении), to kick him out — *выгнать его*, nit picking — *мелочные придирки*, rough neck — *хулиган*, skedaddle — *улетывание*, to tag after — *следовать по пятам* (букв. «плестись за кем-л.»), неизменно фигурируют в словарях как коллоквиализмы.

Помета «коллоквиализм» (coll.) показывает, что в некоторых ситуациях (например, в официальной обстановке) употребление коллоквиализмов может быть неуместным. А во всех остальных

¹ Wentworth, Harold and Flexner, Stuart B. Dictionary of American Slang. — N. Y., 1967. — P. vi.

² Эти данные, малоизвестные в лексикографии, Стюарт Б. Флекснер приводит в упоминавшемся выше предисловии, с. viii.— *Прим. авт.*

случаях использование коллоквиализмов — весьма характерная черта современного английского языка.

В какой степени сленг отличается от коллоквиализмов? По мнению С. Флекснера, это различие следует усматривать в частоте употребления соответствующих единиц и в степени их понятности.

Вторая особенность сленга — это сфера употребления. Коллоквиализмы имеют, несомненно, более широкую сферу распространения, чем, например, сленг.

И, пожалуй, *последнюю* особенность составляет разница в эмоциональной окраске сленга и коллоквиализмов. Сленг характеризуется более яркой эмоциональной окраской.

Следует отметить, что со сленгом часто ассоциируются такие близкие к нему понятия, как *профессионализмы, жаргонизмы и вульгаризмы*. Все они могут быть отнесены к «более низкому уровню языка».

Провести четкую грань между этими пластами лексики очень трудно. С точки зрения употребляемости в речи, для жаргонизмов и профессионального сленга характерна значительно более узкая сфера употребления, чем для *общего сленга*. Жаргонизмы и профессионализмы, как правило, понятны лишь отдельным узким группам населения. Обе эти категории можно отнести к *малоизвестному сленгу*, к которому, кстати сказать, часто относят и арго. Совсем другое дело — общий сленг.

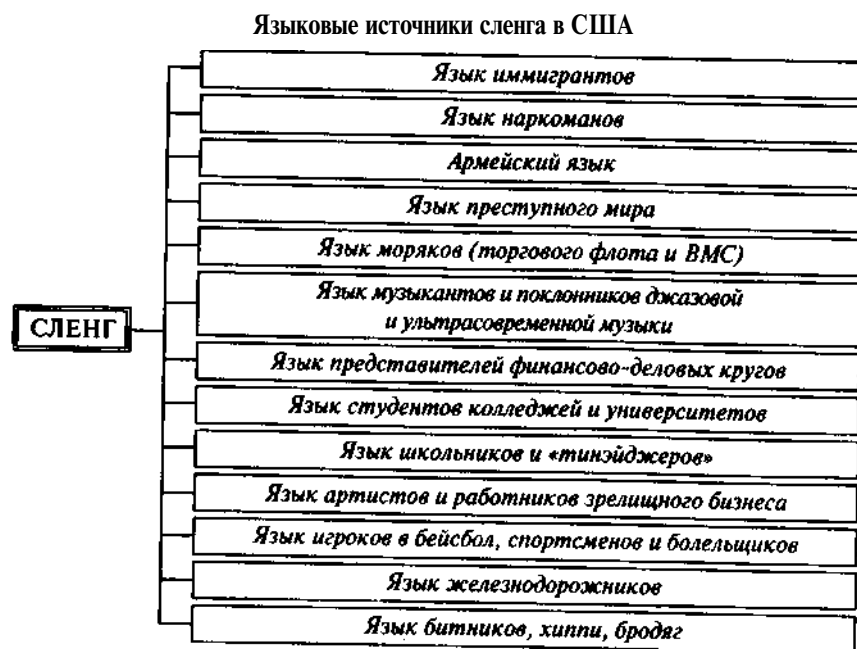
Под *общим сленгом* мы имеем в виду разговорную лексику, характеризующуюся ярко выраженной эмоционально-оценочной окраской. Портер Г. Перрин, автор «Указателя-справочника по английскому языку для писателей», понимает под сленгом живой, выразительный, современный язык. Он пишет: «При умелом употреблении сленг сообщает речи любого человека искру живости и блеска»¹. Портер Г. Перрин, однако, предупреждает, что слова имеют свой срок жизни и что сленг тоже со временем устаревает. Если современный писатель или журналист не учитывает этого фактора, то авторское произведение, содержащее, к примеру, сленг эпохи 20-х годов, может стать малопонятным.

Perrin, Porter G. Reference Handbook of Grammar and Usage. Derived from Writer's Guide and Index to English. - N. Y., 1972. - P. 237.

Что означают в настоящее время, например, такие (когда-то всем известные) слова из области сленга, как lounge lizard или sockdolager? "The American Heritage" даже не регистрирует сленгизм lounge lizard, а сленгизм sockdolager сопровождается пометой archaic. Лишь с помощью словарей более раннего издания можно узнать и понять, что слово-клише lounge lizard раньше употреблялось в значении «завсегдатай дансингов», а sockdolager — «решающий довод». Следовательно, для современного американца или англичанина, не говоря уже об иностранце, эти слова не очень понятны, так как они окончательно вышли из моды. Сленг обычно понятен в то время, когда он употребляется в речи в ту или иную эпоху.

В то же время многие слова из сферы сленга в конечном счете утверждаются в языке, становясь его составной частью. Значение слова bonus («бонус», «премия») когда-то было известно только узкому кругу биржевых маклеров, сейчас же данное слово — составная часть как английского, так и русского языка.

Более того, на базе этого слова сформировались такие словосочетания, как bonus job — *сдельная работа* и bonus system — *премиальная система оплаты*.



Из этой схемы видно, за счет каких групп населения в основном происходит развитие сленга в США.

Итак, как переводить сленг?

Чтобы ответить на этот вопрос, посмотрим, как это делают специалисты в области сленга. С этой целью откроем **Англо-русский словарь американского сленга**¹. Словарь дает перевод свыше 10 000 единиц, относимых к сленгу. В предисловии говорится, что словарь предназначен для тех, «кто «общается» с языком так называемых media — средств массовых коммуникаций: читает газеты и журналы, слушает радио, смотрит американские телевизионные программы, клипы, рекламу, фильмы»².

Сленгизмы	Предлагаемые в словаре переводы	Комментарий
back talk	1. неоспоримый, неосмотрительный разговор 2. дерзкий ответ	Дается описательный перевод
back yard	1. коллектив цирковых артистов 2. родные, знакомые места	Смысл передается литературно
bad talk	пессимистический комментарий	Смысл передается литературно
baggage	«кошелка», жена, возлюбленная, подруга	Лишь в варианте «кошелка» предлагается эквивалент
get on the ball	быть готовым ко всяким неожиданностям	Литературное описание
balled up	беспорядочный, запутанный	Литературное выражение смысла
balloon room	помещение, где курят марихуану	Описание значения
ball the jack	действовать очень быстро, уметь рисковать	Описание значения
barbecue	1. сексуально привлекательная девушка или молодая женщина 2. неформальная встреча	Описание значения
barn-storm	одноразовое выступление исполнителя-гастролера в маленьком городке	Описание значения

¹ Англо-русский словарь американского сленга. — М.: Инфосерв, 1994.

² Ротенберг Т. Указ. соч. — См. Предисловие.

То есть, как мы видим, сленг в основном передается путем *описания*. В редких случаях дается *эквивалент* на другом языке.

Весьма интересные примеры на сленг можно найти в «Англо-русском словаре американского сленга». Данный словарь представляет собой перевод американского словаря сленга "Dictionary of American Slang". В словаре имеются примеры на узус. Как раз в такого рода примерах и можно почувствовать особенности сленга.

Что касается собственно *сленга* в более строгом понимании слова, то переводчику следует обратить внимание на фундаментальное исследование по этому вопросу Ричарда Спирса (Richard Spears) в его книге "Slang American Style: More Than 10,000 Ways to Talk the Talk". Это современный словарь сленга и разговорной лексики.

Мы полагаем, что для целей перевода и знакомства со сленгом именно этот словарь может быть взят за основу. Самое ценное в этом словаре — это то, что, помимо регистрации значений слов, фигурирующих в американской речи как сленг, автор словаря также дает *примеры на узус*. А это означает многое. Переводчик сам может «взвесить» и почувствовать сленгизм и подумать об эквиваленте по-русски. Тем более что сейчас существуют словари нестандартной лексики и на русском языке.

Вопросы

1. В каком году Г.А. Судзиловский выпустил словарь «Сленг — что это такое»?
2. Сразу ли лингвисты России приняли термин «сленг»?
3. Если сравнить термин «сленг» с термином «просторечие», то усматриваете ли вы различия между ними? Какие?
4. Можно ли утверждать, что понятие «сленг» в настоящее время утвердилось в русском языке как определенное лингвистическое явление?
5. Какие моменты Г.А. Судзиловский относит к признакам сленга?
6. Что пишет о сленге С. Фармер?
7. Какую статистику приводит Стюарт Б. Флекснер в отношении сленга?

8. Существует ли различие между профессионализмами и сленгом?
9. Как вы относитесь к вульгаризмам?
10. Почему «общий сленг» столь популярен среди людей самых разных кругов?
11. Долговечен ли сленг? Что говорит об этом Портер Г. Перрин?
12. Знаете ли вы языковые источники сленга в США?
13. Наблюдаются ли в России аналогичные тенденции?
14. В чем состоят особенности некоторых словарей сленга, изданных в России? Дают ли лексикографы нечто приблизительное на русском или ограничиваются общим описанием значений?
15. Почему сленг с трудом поддается переводу на другой язык?
16. Почему труд Ричарда Спирса "Slang American Style" можно считать классическим?
17. Имеется ли сленг в языке бизнеса?

Задание. Используя англо-русский словарь сленга (и пояснения в скобках) или словарь сленга и коллоквиализмов на английском языке, постарайтесь определить значение сленгизмов в рамках микроконтекста. Далее переведите все предложение на русский. При переводе предложите сленг на русском языке (если это возможно).

Например: Don't be *so boneheaded!* (stubborn)
Не будь упрямым как осел!

1. I'm just *beat!* (exhausted)
2. Who wants a *beat hat?* (worn-out)
3. The store is *on my beat*, a policeman said. And I want to make sure everything is okay (the area a police officer is assigned to cover).
4. Actually I don't think I ever saw anybody who I would call *beat* (beatnik).
5. *Beats me* how those things stay in the air (not known to me).
6. Who said life would be *a bed of roses!* (a luxurious situation)
7. Let's get down *to the bedrock* and quit wasting time (fundamentals).
8. Okay, *what's the beef?* (complaint, quarrel)
9. Well, officer, *what's the beef?* (criminal charge) — *The beef is that* you appear to have left the bank Monday with about seventy-five grand that isn't yours.
10. Stop *your beefing* (complaining).

11. They *beefed up* the offer with another thousand dollars (add strength to smth).
12. That's the end. This company is *belly up* (dead).
13. After the fire the firm *went belly up* (got dead).
14. The coach *benched* Jim who injured his arm (to take someone out of a ball game).
15. I worked as a bridge painter for 25 years until they *benched me* (to retire).
16. The manager *benched* the entire sales staff for cheating on their expense reports (to retire).
17. You'll never be anything but a *bench warmer* (the ball player who spends most of the game on the bench waiting to play).
18. *Big brother* has changed the tax laws again (hint of a big state).
19. Now *big brother* has fixed it so that you can't even babysit without paying taxes.
20. It went up to *the big guns* who said no immediately (important officer or bureaucrat).
21. Two years in *the big house* is like two years in a custom-made hell (state/federal penitentiary).
22. *Big John* is going to have a deal with you (the police).
23. Why do you always have *to big mouth* everything around? (to spread secrets around)
24. Okay, *big mouth!* *Shut up!* (a person who talks too much or too loudly)
25. She is *the big noise* in Washington right now (an important person).
26. *What's the big noise around town now?* (the important current news)
27. So, you really think you are a *big shot* (a very important person).
28. Please stop *clowning around* and get to sleep (to act silly).
29. I stopped *cold* — afraid to move further (suddenly and totally).
30. I didn't expect to be greeted *by such a cold shoulder* (a cool reception).
31. She has a tendency *to come on strong*, but she's really *a softie*.
32. What are *the commies* up to now? (communists)
33. Pete is a *company bull for* Acme Systems (a detective or guard who works for a private firm).
34. Gary is a *con artist*, but at least he is not on the dole (someone who makes a living by swindling people).
35. Some *conehead* put sugar in the salt shaker (a fool).
36. *They pulled the cop* in broad daylight (a theft).
37. This day is a *drag* (something dull and boring).
38. I heard that Bruno/e// (be arrested).

39. Who *took the fall* for the bank job? (be arrested)
40. Gert had to get home *and get a fix* (to take a dose of drugs).
41. A bunch *of us girls* got together for coffee today (women).
42. Bob and Pete went to the city and tried to get into *a girlie show* (a performance featuring nude women).
43. Give me *a buzz* sometime (a telephone call).
44. **Wally** is a *real go-getter* (energetic person).
45. I worked as *a go-go girl* for a while (having to do with fast-dancing young women).

2.8. Крылатые слова в политике, деловой литературе и в других видах литературы. Как их переводить на русский?

Крылатых слов, популярных высказываний в английском языке очень много. Достаточно заметить, что только в издании "Random House Dictionary of Popular Proverbs and Sayings" их собрано несколько тысяч. Здесь можно встретить и общеизвестные фразы типа: all roads lead to Rome; the dogs bark but the caravan goes on; a drowning man will catch at straw; it's a small world; out of sight, out of mind и другие фразы типа: absence makes the heart grow stronger; brevity is the soul of wit; a clean bill of health; crossing the Rubicon; the customer is always right; don't shoot the messenger; don't shoot the piano player: he's doing the best he can.

Особенно ценным в этом словаре является то, что акцент сделан на современности, хотя, конечно, без Библии, Шекспира все же не обойтись, если вести речь о такой лексике.

Более того, в словаре констатируется, что многие из приведенных крылатых слов употребляются и в других странах. А для целей перевода это очень важно. Ср.: «Все дороги ведут в Рим». Очень удобным является индекс. Например, со словом call единицы группируются следующим образом:

call a spade a spade	it's a close call
call me Ishmael	many are called, but few are chosen
don't call us, we'll call you	sen
he who plays the piper, calls the tune	the pot calling the kettle black

Соответственно можно быстро найти любую из указанных единиц и узнать все о ее происхождении и значении. Роль этого словаря для переводчика с английского на русский трудно переоценить.

Крылатые слова — это популярные в народной речи, образные, меткие выражения и афоризмы. Переводчику художественных и публицистических текстов нередко приходится встречаться с крылатыми словами и выражениями типа: Achilles heel — *Ахиллесова пята*; act of God — *стихийное бедствие* (а не букв. «божий

акт»); in the cold — *без крыши над головой, без крова, на улице*; Devil's dozen — *чертова дюжина*; a sight for sore eyes — *приятный сюрприз* (например, при встрече); New Deal — *«новый курс»* (Рузвельта); square deal — *честная сделка*.

Основная особенность и трудность перевода крылатых слов и выражений состоит в передаче элементов образности, которые иногда не поддаются переводу на другой язык. Взять, к примеру, такой хорошо известный в английском языке оборот, как to turn a deaf ear to (to close one's ear to, to shut one's ears to, to seal one's ears, to stop one's ears). Как лучше его перевести? «Повернуть глухое ухо?» — это буквализм, от которого, как подсказывает чувство языка, сразу же приходится отказаться. Литературный перевод — *не обращать внимания (не внимать, не слушать, быть глухим к чему-либо)* в целом верно передает смысл, но при этом, однако, образная форма не передается. Другой возможный вариант — *пропустить мимо ушей* — выражение, достаточно красноречивое в русском языке, все же не вполне эквивалентно английскому.

Пословицы и поговорки — это иносказательные выражения. «*Пословица* — коротенькая притча... Это суждение, приговор, поучение, высказанное обиняком». «*Поговорка* — окольное выражение..., но без притчи, без суждений, заключения, применения»¹. В. Даль предлагает в пословице различать «одежду внутреннюю и внешнюю; первая относится к риторике, вторая — до грамматики и просодии. Грамматика не только могла бы и должна бы многому научиться у пословиц, но должна бы быть по ним, во многих частях своих, вновь переверстана. Частое непонимание нами пословицы основано именно на незнании языка, тех простых, сильных и кратких оборотов речи, которые исподволь утрачиваются и вытесняются из письменного языка, чтобы сблизить его, для большей сподручности переводов, с языками западными»².

Что касается элемента образности, любая пословица — яркий тому пример. Именно на этом и акцентировал свое внимание величайший знаток русской народной речи В. Даль, кото-

¹ Даль В. Пословицы русского народа. — М.: Гослитиздат, 1957. — С. 18.

² Там же. - С. 23.

рый отмечал, что «во внутренней одежде» наших пословиц можно найти образцы риторики, все способы окольного выражения.

Указанные Далем характернейшие признаки пословиц подводят нас к мысли о том, что толкование пословиц может быть достаточно широким. Для перевода пословиц переводчику часто приходится прибегать к *Экспрессивно-стилистической адаптации*, т. е. к некоторому изменению образной структуры высказывания.

Следовательно, переводчики могут в известной степени выбирать именно ту пословицу для передачи мысли оригинала, которая, по их мнению, наиболее удачно вписывается в контекст. Проверка этого тезиса по словарям получает конкретное подтверждение.

	“New Complete Russian-English Dictionary” by Louis Segal. — N. Y., 1959	«Русско-английский словарь», под общим руководством проф. А.И. Смирницкого, 6-е изд. - М., 1962	«Русско-английский словарь», сост. проф. В.К. Мюллер, 3-е изд. - N. Y., 1945
семь бед — один ответ	in for a penny, in for a pound	as well be hanged for a sheep as (for) a lamb; in for a penny, in for a pound	in for a penny, in for a pound; as well be hanged for a sheep as (for) a lamb
биться как рыба об лед	to be hardly put up for a livelihood	to struggle desperately to make both ends meet	to struggle hard
не в бровь, а в глаз	that's well hinted; that's the truth and nothing but the truth; you told him off properly	well-aimed; to hit the (right) nail on the head; to hit the mark	to hit the nail on the head
нести вздор (околесицу, небылицы)	to tell idle stories; to fiddle-faddle; to talk nonsense; to talk at random; to talk bosh	to talk nonsense; to pull the long bow	to talk nonsense
в чужой монастырь со своим уставом не ходят	one must not put one's sickle into another's harvest; in Rome one must do as the Romans do	do in Rome as the Romans do	do in Rome as the Romans do

Как показывает практика перевода, некоторые расхождения в понимании и истолковании пословиц, отмеченные выше, значительно затрудняют работу переводчика, но не настолько, чтобы сделать ее невозможной.

Иллюстрацией переводимости пословиц с одного языка на другие может служить весьма любопытный труд В. де Гинзбурга, озаглавленный «Мудрость и разум Объединенных Наций»¹. В этой работе собраны несколько тысяч наиболее известных пословиц и изречений на разных языках мира. В тех случаях, когда в других языках нет равноценных эквивалентов, переводчику приходится прибегать ко всякого рода трансформациям, с тем чтобы все же передать образные средства. Такой метод, как показывает практика перевода пословиц и крылатых изречений, позволяет добиться должной выразительности в языке перевода.

Помимо пословиц широко используются в народной речи *изречения*, т. е. высказывания и выражения, в которых заключена определенная мудрость. Широко известны крылатые изречения В. Шекспира, Л.Н. Толстого, А.С. Пушкина и других классиков мировой литературы.

В образные средства входят *сравнения*, т. е. образные выражения, в которых одно явление уподобляется другому: brave as a lion — *храбрый как лев* (здесь образ совпадает в обоих языках); crooked as a corkscrew по-русски следует перевести как *бесчестный* (ср. *пробу негде ставить*); swift as an arrow (as lightning, as thought, as the wind) следует перевести *с быстротой молнии, в мгновение ока*. Буквальный перевод «быстрый как стрела», «скорый как молния» или «быстрый как мысль (ветер)» по-русски, как мы видим, нарушает образность сравнения.

Помимо художественной литературы широко используются *образные средства* в печати, особенно в очерках. Как, например, сказать по-английски, что такой-то человек весь посвятил себя делу? Образные средства часто служат излюбленным приемом мастеров публицистического пера. Газеты пестрят такими штампами, как eager beaver (букв. «трудолюбивый бобр»), а также busy as a beaver (a bee, a bedbug, a bird dog). Когда англичане хотят обы-

грать такие черты, как тупость человека или его чужаковатость, то обычно используется такой набор фраз: *crazy as a loon* (а также: *as a coon, as a coot, as a bedbug, as a jaybird*), что примерно соответствует таким русским вариантам: *совсем спятил, рехнулся*. Или: *off his rocks* — *у него не все дома*; *mad as a hatter (as a buck)* — *спятивший, не в своем уме*. Или: *lost his marbles, nutty as a fruit-cake* — *помешавшийся*.

Прилагательное *clean* обычно употребляется в таких сравнениях, как *clean as whistle* или *clean as the hound's tooth* — *начисто, прямо, очень ловко*. Это — сугубо разговорные варианты. Так что перевод таких единиц сопряжен со значительными трудностями, так как, к сожалению, многих новых разговорных образных изречений в современных англо-русских и фразеологических словарях нет. Что касается классических *общелитературных изречений*, то они широко отражены в известном и незаменимом для переводчика «Англо-русском фразеологическом словаре» А.В. Кунина.

Обобщая наблюдения над переводом образных средств, можно сделать следующий вывод: основная трудность состоит не в передаче общего смысла какого-либо выражения, а в передаче метафорического элемента. Следовательно, в подобных случаях от переводчика требуется понимание образного подтекста народной речи, умение увидеть в крылатом изречении скрытый смысл.

Вопросы

1. Какие слова относятся к «крылатым»? Почему их называют крылатыми?
2. Что вы знаете о словаре "Random House Dictionary of Popular Proverbs and Sayings"?
3. Раньше политический термин *New Deal* воспринимался как крылатое слово. Является ли оно крылатым (особо популярным) сейчас?
4. Как определяет В. Даль пословицы и поговорки?
5. Прокомментируйте переводы отдельных единиц (пословиц, популярных фраз) с русского на английский, приводимых в нашем «Практикуме».

6. Знаете ли вы примеры на образные сравнения? Как следует переводить образные сравнения?
7. Почему количество тех или иных образных единиц (клише) разное в разных языках?
8. Имеются ли в языках народов мира единицы, выражающие общую мудрость?
9. Какие словари крылатых слов вы знаете?

Задание. Переведите следующие крылатые фразы. Учитывайте объяснения смысла, которые даются в скобках в целях облегчения понимания. Обратите внимание **на** то, что крылатое изречение, имеющееся в одном языке, может не быть в другом. Какой выход вы в этом случае предлагаете? Найдите или создайте сами наилучшее соответствие. Обсудите варианты.

Например:

<i>Every dog has his day</i> (Every person will, sooner or later, have a stroke of good fortune).	На моей улице тоже будет праздник (<i>здесь найден аналогичный популярный образ</i>).
---	---

1. *Every man for himself* (*grab whatever you can*).
2. *Every man is not born with a silver spoon in his mouth* (*not everybody is born to wealth*).
3. *Every man to his own taste* (*people's tastes differ*).
4. *Everybody is wise after the event* (*it is easy to be wise after the event*).
5. *The fat is in the fire* (*something that can't be stopped has started*).
6. *Father knows best* (*father is more knowledgeable*).
7. *Feed a cold; starve a fever* (*eat well if you want to recover from a cold; abstain from food to recover from a fever*).
8. *Fight fire with fire* (*respond to harsh or underhanded attacks*).
9. *Figures don't lie* (*numbers are indisputable*).
10. *First come, first served* (*the first person to arrive will be the first person dealt with*).
11. *Fish or cut bait* (*make a choice now*).
12. *Flowers have fragrance in the hand that bestows them* (*the donor benefits from the gift as much as the recipient*).

13. *A fish out of water* (a person who is in an awkward situation).
14. *Footprints on the sands of time* (great people leave their mark on history).
15. *For want of a nail the kingdom was lost* (in any undertaking no detail is too small to ignore).
16. *For whom the bell tolls* (the loss of most insignificant life is a loss for all of us).
17. *Forbidden fruit is sweet* (what is forbidden always seems to be more attractive).
18. *Forewarned is forearmed* (knowledge of imminent danger can prepare us to overcome it).
19. *Forgive and forget* (put aside your hard feelings and don't hold grudges for past infractions).
20. *Fortune favors the brave* (people who act decisively make their own fate).
21. *The future isn't what it used to be* (the climate of American optimism has waned, so that the past always looks better by comparison).
22. *The game is not worth the candle* (the gain is not worth the effort).
23. *Give him enough rope and he'll hang himself* (when a person is given enough freedom of action, he may inflict damage on himself).
24. *Give me a break* (stop it).
25. *Give peace a chance* (a temporary peace may eventually result in a permanent one).
26. *Give the devil his due* (give credit to those who deserve it even if you don't like them).
27. *The glass is either half empty or half full* (the same situation can be viewed in either a positive or a negative way).
28. *Go with the flow* (accept things as they are).
29. *He laughs best who laughs last* (minor setbacks don't matter).
30. *His bark is worse than his bite* (he talks tough but he's really harmless).
31. *It's all over and done with* (the matter is closed).

2.9. Фразеология: как ее понимать и переводить? Приемы перевода и словари по фразеологии

Поскольку курс фразеологии изучается в любом языковом вузе или на филологическом факультете университета, то мы не видим здесь смысла подробно рассматривать проблематику фразеологии. Достаточно сказать, что тот, кто знает фразеологию (phraseology) и умеет к месту использовать фразеологизмы, отличается высоким речевым мастерством. Фразеологию надо любить, всякий раз важно чувствовать, будет ли та или иная единица к месту или нет.

Существует ряд подходов к классификации фразеологизмов, многие подходы до сих пор нельзя считать окончательными. Однако для переводчика-практика это и не столь важно. Его задача — адекватно передать фразеологизм на другой язык.

Задачи, стоящие перед переводчиком при переводе фразеологических единиц, поистине огромны: ему надо передать смысл, отразить образность оборота, найти, по возможности, аналогичное русское изречение, наконец, не упустить из виду своеобразие и экспрессию идиом. Для этого от переводчика требуется не только глубокое знание языков, но и знание истории, мифологии, библеизмов, литературы.

Начинающий переводчик, разумеется, не в состоянии сразу же приобрести все эти знания, поэтому на первых порах он должен прежде всего овладеть спецификой идиоматики, разобраться в тех основных «ловушках», которые его подстерегают.

Чтобы убедиться в этом, отметим особенности восприятия и понимания ряда широко известных английских идиом.

В качестве компетентного «судьи-лингвиста», раскрывающего фигуральное значение, возьмем словарь Брюэра¹.

<i>Идиома</i> (фразеологизм)	<i>Буквализм</i> (искаженная передача идиомы свободным словосочетанием)
apple polishing	полировка яблок
to hang up one's axe	повесить топор
to take a back seat	занять заднее место
to bark at the moon	лаять на луну
every bullet has its billet	у каждой пули — своя заготовка
to take to the bush	направиться в кусты
a cock and bull story	рассказ про петуха и буйвола
to work a dead horse	использовать мертвую лошадь

<i>Описание образного, метафорического компонента</i> (по словарю Брюэра)	<i>Варианты правильного перевода</i>
an attempt to win favour by gifts or flattery. (From the practice of American schoolchildren of bringing shiny apples to their teachers.)	низкопоклонство, угодничество; подхалимаж
to retire from business, to give over a useless project. (The allusion is to the battle-axe, formerly devoted to the gods and hung up when fighting was over.)	отойти от дел; отказаться от бесплодной затеи (идеи)
to withdraw from a position one has occupied or attempted to occupy; to retire into obscurity, sometimes as a confession of failure	отойти на задний план; стушеваться
to rail uselessly, especially at those in high places, as a dog thinks to frighten the moon by baying at it. (There is a superstition that when a dog does this it portends death or ill-luck.)	тратить попусту время; говорить впустую; впустую тратить свою энергию; «понапрасну разоряться»
nothing happens by chance, and no act is altogether without some effect	всему есть своя причина (ср.: от судьбы не убежишь; нет дыма без огня); пуля виновного найдет
to become bushrangers, like runaway convicts, who live by plunder	стать бродягой, разбойником; выйти на «большую дорогу»; стать на путь разбоя и жить грабежом
a long, rambling, idle, or incredible yarn; a canard. (There are various so-called explanations of the origin of the term, but the most likely is that it is connected with the old fables in which cocks, bulls, and other animals discoursed in human language on things in general.)	небылица, вымысел, выдуманная (неправдоподобная) история (ср.: «турусы на колесах»)
to perform work already paid for; to pay off a debt	выполнять работу, за которую уже уплачены деньги; выплатить долг

Идиома (фразеологизм)	Буквализм (искаженная передача идиомы свободным словосочетанием)
to have a finger in the pie	засунуть палец в пирог
to spill the beans	рассыпать бобы
to take the bear by the tooth	схватить медведя за зуб
bold as brass	смелый как медь
like old boots	как старые сапоги
to be in the same box; (<i>syn.</i>) to be in the same boat	быть в той же коробке/лодке
like hot cakes	как горячие пирожные
to aim (or level) at the moon (ср. также сленг: to shoot to the moon)	прицеливаться по луне
a square peg in a round hole	квадратный колышек в круглом отверстии
a man of straw	соломенный человек
a straw shows which way the wind blows	соломинка показывает, куда ветер дует

Описание образного, метафорического компонента (по словарю Брюэра)	Варианты правильного перевода
to assist or mix oneself officiously in any matter. (Said usually in contempt, or censoriously.)	принимать участие в каком-л. деле; приложить руку к чему-л.; быть в чем-л. замешанным
to give away a secret; to let the cat out of the bag	выдать секрет, проболтаться, выдать себя; проговориться
to put your head into the lion's mouth; needlessly to run into danger	оказаться в опасности по собственной неосмотрительности (ср.: «попасться в когти льву»)
downright impudent; without modesty. Similarly we say "brazen-faced".	наглый, нахальный до крайности (ср.: «медный лоб»)
Slang for vigorously; "like anything". I was working like old boots means "I was doing my very utmost".	изо всех сил, изо всей мочи, «жилиться»; (<i>разг.</i>) «на всю катушку»
to be in the same predicament as somebody else; to be equally embarrassed	быть в одинаково трудном положении, оказаться в столь же неудобном положении
very rapidly; as in "the goods sold like hot cakes"	нарасхват; очень быстро раскупать; охотно брать (покупать)
to be very ambitious; to aim in shooting at the moon	«высоко метить»; быть чересчур честолюбивым (тщеславным)
one who is doing (or trying to do) a job which he is not suited; e.g. a bishop refereeing a prize-fight	человек не на своем месте (не подходящий для данной работы)
a man without means, with no more substance than a straw doll; also an imaginary or fictitious person put forward for some reason	человек, не имеющий средств к существованию; фиктивный претендент на власть (<i>полит. термин</i>)
mere trifles often indicate the coming of momentous events. They are shadows cast before coming events.	судить о чем-л. по частным деталям; составлять мнение на базе отдельных деталей

Итак, мы видим, что во фразеологической единице, как в употребляемом обороте речи, содержится своеобразный «внутренний смысл». Филологи в таких случаях говорят, что для фразеологических единиц характерна семантическая целостность.

Часто ввиду отсутствия в одном языке образа, идентичного содержащемуся во фразеологии другого языка, переводчик вынужден прибегать к поиску *приблизительного соответствия*. Так, если сравнить английский фразеологизм *whipping boy* с русским *козел отпущения*, то увидим, что обе единицы равнозначны в политическом контексте.

В сопоставительном плане идиоматические эквиваленты делятся на два типа: *моноэквиваленты* и *выборочные фразеологические эквиваленты*¹.

Следует иметь в виду, что при переводе фразеологии прежде всего надо стремиться передать образную, а не языковую структуру фразеологизма. Например, употребляемое в политическом языке выражение *to sit on the fence* означает: "undecided or uncommitted in respect to two opposing parties, policies, theories, etc." {coll.} ("Webster's Dictionary", 2nd ed., p. 932), т. е. «быть в нерешительности или не выявлять своего отношения к двум противоборствующим партиям, противоположным теориям» и т. д. (разг.). Переводчик далее рассуждает примерно таким образом: «Как по-русски можно назвать действия человека, который не знает, какой линии поведения ему придерживаться?» Вариантов может быть несколько: *занимать выжидательную (нейтральную) позицию, придерживаться политики выжидания* (ср.: *wait-and-see policy*), *сохранять нейтралитет, присматриваться, не выдавать своей позиции, колебаться между двумя линиями (решениями), придерживаться выжидательного курса*. Какой же вариант выбрать? Это уже подскажет контекст.

Часто фразеологизмы в русском и английском языках совпадают по образности, но не всегда. Как быть, например, с таким образным изречением, как *won't cut warm butter* (букв. «даже теплое масло не может разрезать») — фразеологизмом, который

Подробнее об этом см.: *Кунин А.В.* Англо-русский фразеологический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1967.

употребляется в речи, когда хотят подчеркнуть скучный характер человека? В этом случае придется или вообще отказаться от фразеологического оборота и просто передать его общий смысл (например, *скучный до крайности, занудный человек*), или подыскать такого же рода фразеологизм в языке перевода.

Иногда переводчика может выручить другая, более употребительная фразеологическая единица в исходном языке, с помощью которой обыгрывается примерно та же мысль. Так, в английском языке широко известно выражение *dull as ditch water*, которое имеет примерно то же значение, что и выражение *won't cut warm butter*, и перевод которого можно найти во многих англо-русских словарях — *тоска зеленая*. Нередко приходится встречаться и с такими случаями, когда имеется совпадение идиом в двух языках по всем признакам, за исключением образности, которая оказывается разной. Так, англичане и американцы говорят *родиться с серебряной ложкой во рту* (*to be born with the silver spoon in one's mouth*), тогда как в русском языке в таких случаях принято *говорить родиться в сорочке*. Вместе с тем следует заметить, что упомянутое различие является чисто формальным: по своим эмоционально-воздейственным характеристикам обе идиомы в общем равноценны. Правда, иногда в качестве отличительного признака идиом на том и другом языке выступает *частота их употребления в речи*, при игнорировании которой фразеология может придать речи говорящего необычный или даже старомодный оттенок.

Нередко для перевода фразеологических единиц, встречающихся в английском тексте, в русском языке можно найти *абсолютные*, а также *выборочные* эквиваленты. Другими словами, переводчик сам выбирает абсолютный эквивалент. Ср.: *to play with fire* — *играть с огнем*. Или он выбирает именно тот эквивалент из ряда возможных, который больше всего подходит по контексту. Так, фразеологизм *birds of a feather* по-русски можно *перевести*: *люди одного склада, теплая компания, птицы одного полета, два сапога пара, из одного теста сделаны, одним лыком шиты, одного поля ягода*.

То же самое можно сказать и в отношении перевода с русского языка на английский. К примеру, переводчик, осуществляющий перевод на английский язык, будет выбирать в английском языке именно тот эквивалент, который, как ему кажется, в наи-

большей степени соответствует духу контекста. Этот ряд эквивалентов может быть очень длинный. Так, для передачи значений русского разговорного выражения «быть под мухой» переводчик на английский язык располагает большой возможностью выбора: (get) drunken, blind drunk, dead drunk, blotto, befuddled, fuddled, groggy, muddled, seeing double, gassed, **goop-legged**, elevated, to have a drop in the eye, looped to the eye-balls и т.д.

Лишь фразеологические единицы, широко используемые в художественной литературе (но не в разговорной речи), в этом отношении находятся в явно выигрышном положении. Для них *готовые переводы*, как правило, есть. Так, БАРС дает удачный перевод таких фразеологизмов, как as drunk as a lord (a tiddler, a fish) — *пьян как сапожник (в стельку)*, three sheets in the wind — *вдрызг пьяный, море по колено*. То есть здесь имеется возможность выбирать варианты. Интересно отметить в связи с этим, что в «Англо-русском фразеологическом словаре» А.В. Кунина основной перевод указанного фразеологизма (as drunk as a lord) дается несколько *иной* — *вдребезги, мертвецы пьян*. Что касается фразеологизма three sheets in the wind, то в обоих словарях дается один и тот же перевод. Наличие ряда вариантов перевода еще раз свидетельствует о необходимости творческого подхода при переводе фразеологии.

Следует заметить, что наличие в синонимических словарях для передачи того или иного понятия *ряда* устоявшихся в языке синонимов, которые могут быть как фразеологизмами, так и свободными словосочетаниями, отнюдь не сковывает инициативы переводчика, делающего свой выбор в зависимости от требований контекста. Это подтверждает следующий пример из переводов на английский язык романа Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание»:

— Ишь *нахлестался!* — заметил подле него один *парень*. (ч. 6, гл. VIII)

"He's *boozed*," a youth near him observed. (Пер. К. Гарнет. - N. Y, 1928.)

"Look, here's a chap who's *had a drop too much*," remarked a youth near him. (Пер. Дж. Коулсон. - Ldn., N. Y, 1953.)

"There's a fellow who *has got a tile loose*!" observed a lad standing by. (Simpkin, Marshall and Co., Ltd. Ldn., Год и имя переводчика не указаны.)

Как видим, переводчики-англичане на своем родном языке в одном случае выбрали в качестве эквивалента для русской лексической единицы обычное слово (to booze) с фамильярной окраской, а в другом — прибегли к фразеологизмам (to have a drop too much, to have a tile loose). Другими словами, проявлен настоящему творческий подход.

Подавляющее большинство фразеологических единиц, зарегистрированных в литературных произведениях, становятся достоянием устной речи и употребляются в ней без изменения. Тем не менее переводчику иногда приходится делать изменения преднамеренно. В отдельных случаях вслед за автором переводчик может прибегнуть к приему *индивидуального стилистического обновления* фразеологических единиц. В упоминавшемся выше словаре А.В. Кунина дается такой яркий пример. Фразеологизм роке one's nose into somebody's affairs переводится как *совать нос в чужие дела*. В книге "Hard Times" (book III, ch. V) Диккенс обновляет этот фразеологизм и вставляет в него прилагательное officious: "**How** dare you go and poke your officious nose into my family affairs?" Подобное оживление образа автором, в свою очередь, требует обновления русского фразеологизма, что и достигается путем вставки прилагательного *длинный*: *Как вы смеете совать свой длинный нос в мои семейные дела?*

От стилистического обновления идиоматических фраз следует отличать прием «*просветления*» значения фразеологизмов. «Такой перевод, не воспроизводя лексико-грамматической структуры подлинника, раскрывает общее значение выражения. Например: pour la bonne bouche (**букв.** «для хорошего вкуса во рту», «на закуску») переводится «для хорошего окончания», выражением, которое по объему значения перекрывает конкретный смысл французской поговорки»¹.

Другой прием перевода фразеологии — *описательный перевод*. При описательном переводе переводчик обычно передает значение идиомы иностранного языка при помощи свободного сочетания слов (описания). Естественно, что это не может не

¹ Гак В. Иноязычные выражения в произведениях В.И. Ленина и их перевод // Тетради переводчика. — М., 1970. — Вып. 7. - С. 31.

приводить к некоторой неизбежной в таких случаях утрате образности значения, хотя общий смысл передается. Как верно отмечает А.В. Кунин, такой вид перевода особенно удобен при переводе терминологических фразеологизмов. Так, например, передается парламентский термин to cross the floor of the House — *перейти из одной партии в другую*. В целом описательный перевод весьма широко используется при передаче фразеологии.

Интересным приемом в переводе является *метод актуализации* фразеологии. В процитированной выше статье В.Г. Гака дается иллюстрация этого метода на примерах переводческой практики.

Простейший вид актуализации — *включение перевода в русскую фразу*. Характерный пример был приведен в начале статьи: «О, *sancta simplicitas!*.. Как хотите, а одной святой простотой тут дела не объяснишь». Латинское выражение не сопровождается переводом непосредственно. Но его перевод («святой простотой») включен в последующее высказывание.

Более сложная форма актуализации — *частичный перевод* с замещением ряда элементов из ситуации. Например, *Volentem ducunt fata, nolentem trahunt* — по-русски это значит примерно: «Сознательный политик идет впереди событий, несознательно-го они волокут за собой».

Широко известен также *метод калькирования* при переводе фразеологии, т. е. метод дословного, нетрансформированного перевода фразеологических единиц. Калькирование обычно используется: 1) для перевода фразеологии, не имеющей равнозначных эквивалентов на русском языке. Известный образец такого приема перевода: «The promises like pie-crust are leaven to be broken — Обещания, что корка от пирога: их на то и пекут, чтобы ломать потом»¹. 2) Калькирование применяется также и в тех случаях, когда в русском языке имеется эквивалент с таким же значением, но его использование в переводе привело бы к утрате им своего колорита: blind as a mole — *слепой как крот* (ср.: *слепая курица* — образ, характерный для русской литературы).

В ряде случаев перевод идиоматики регистрируется (в словарях) в виде целого ряда дословных эквивалентов, что свидетель-

ствует о возможной *вариантности* дословного перевода фразеологии.

Нередко единственным способом перевода фразеологизма является *перевод при помощи одного слова*: bunch of fives — *пятерня* (или *кулак*).

И, наконец, следует отметить такой способ, когда в качестве эквивалента дается *фразеологизм, подходящий именно для данного контекста*. Так, всем известное выражение the apple of one's eye обычно переводится как *зеница ока*.

То же самое можно сказать и о переводе с русского языка на английский. Русский фразеологизм *не плюй в колодец* почти невозможно перевести в отрыве от контекста. **Как** же эту проблему можно решить исходя из определенного контекста? Вот некоторые из решений, примененных при переводе романа Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание»:

«— Без сапог нельзя детей учить. Да и наплевать.
— А ты в колодезь не плюй».

"One can't go out to give lessons without boots. And I'm sick of it."
"Don't quarrel with your bread and butter."
(Пер. К. Гарнет. - N. Y., 1928.)
"I can't teach children when I have no boots. Besides, I despise the whole business."
"It's no good quarrelling with your bread and butter."
(Пер. Дж. Коулсон. — Ldn., N.Y., 1953.)
"Well! I can't give lessons when I have no boots to go out in. Besides, I despise them."
"Take care lest you suffer for it!" (Пер., выпущенный изд-вом Simpkin, Marshall and Co., Ltd. Ldn., Год и имя переводчика не указаны.)

Как мы видим, сами по себе эти переводы обладают различной степенью приближенности к фразеологии оригинала в зависимости от понимания и толкования смысла фразеологизма переводчиком. Так, перевод take care lest you suffer for it хотя в общем и подходит к данному контексту, тем не менее отнюдь не обладает той полнотой в передаче значения и той образностью, как идиома don't quarrel with your bread and butter.

Английский фразеологизм *to quarrel with one's bread and butter* для англичанина или американца означает: "to be dissatisfied with one's earnings and act in a manner that will jeopardize even them" [*Swift (Simon Wagstaff). Polite Conversation, Dial. I (1738)*], иными словами, в данном случае мастера профессионального перевода предложили исключительно удачный перевод как в семантическом отношении, так и стилистически.

Кроме того, может использоваться *комбинированный метод* перевода фразеологии, когда дается перевод, близкий к подлиннику, а в скобках приводится пояснение, поскольку для читателей как представителей другой культуры данный образ может быть неясен: *to carry coals to Newcastle* — *везти уголь в Ньюкасл* (т. е. ввозить что-либо туда, где этого товара и так полно; Ньюкасл — центр угледобывающей промышленности в Англии).

Вопросы

1. Какие задачи стоят перед переводчиком при переводе фразеологических единиц?
2. Знаете ли вы словарь Брюэра? Чем он ценен для переводчика?
3. **Как** вы оцениваете информацию, которую можно почерпнуть в словаре Брюэра? (См. приводимые нами примеры.) Смогли бы вы перевести эти единицы без помощи словаря типа словаря Брюэра?
4. Если бы смогли, как бы вы поняли то, что имеется в виду под данными единицами?
5. Слышали ли вы о разных подходах в отношении перевода фразеологизма *to bark at the moon*?
6. Как бы вы перевели эту фразу, если бы она была адресована к высокопоставленному деятелю?
7. Может ли переводчик «смягчить» тон высказывания при переводе?
8. Что вы можете сказать о построении словарей по фразеологии **А.В. Кунина**?
9. Сравнивали вы переводы фразеологизмов в разных словарях? Если эти переводы не совпадают, о чем это говорит?
10. В каких случаях происходит индивидуальное стилистическое обновление фразеологических единиц?
11. Что такое «метод актуализации» при переводе фразеологии?

12. Какие примеры на этот счет можно найти в работах **В.Г. Гака**?
13. Какие способы перевода фразеологии рекомендуются в нашем «Практикуме по переводу»?
14. Приходилось ли вам переводить фразеологизмы? Какими правилами вы при этом руководствовались? Создавали вы при этом свои варианты перевода или искали уже готовые в словарях? В каких словарях — общих или фразеологических?

Задание. Ниже даются весьма известные в английском языке фразеологизмы. На основе анализа контекста и с помощью фразеологических словарей постарайтесь найти подходящий эквивалент по-русски. Обсудите с преподавателем ваш вариант.

1. He tends to exaggerate, so if I were you it's *take* everything he says *with a pinch of salt*.
2. I think you'd better phone your mother to tell her you've arrived safely. It *will set her mind at rest*.
3. It's getting very late. I think we ought *to call it a day*.
4. He's going to become Prime Minister one day. *Mark my words!*
5. The owner needed to sell his Jaguar in a hurry, so **I got it for a song** — only for £ 1,000!
6. **We're off** to a conference on **Wednesday**, so we're relying on you *to hold the fort* until we get back.
7. The doctor told me *to take it easy*.
8. I can't think why they ever got married. They have absolutely *nothing in common*.
9. If you keep *taking digs at me* like that, our friendship won't last long.
10. All her life Mary earned her living *by the sweat of her brow*.
11. *He spared no effort to strike up a friendship with his boss*.
12. People *of every stripe and color* took part in the demonstration.
13. He is the guy who *stands up for human rights*.
14. He was not afraid *to speak out* in the presence of his boss.
15. He **really got into the soup** when he had to pay the bills of his mistress.
16. *We were snowed under* with invitations for the holidays.
17. When cheap computers went on sale, the shoppers *snapped up the bargain* in a day.
18. How come you don't get it when *it is clear as daylight*?
19. I was robbed on the street *in broad daylight*.

20. My boss promised me a salary raise and I was sure he would *deliver the goods*.
21. I am sure the politician will *deliver*.
22. "*Never say die*" — thought Tom when he flunked his exam and decided to go for a second try.
23. The inheritance went partly toward paying up debts, and *the difference was split between* the sons.
24. "*Don't dirty your hands with drug money*," he was warned.
25. The noise in the quarry *is driving me nuts* (= is driving out of my wits).
26. The doctor's arguments *drove home the point to* George that he had to give up smoking.
27. *Don't try to throw dust into my eyes!* I know you enough!
28. First we thought that Peter was joking, but then we realized that he *spoke in dead earnest*.
29. "*Easy does it!*" said Alex.
30. *Mary was eating her heart out at every trifle*. As a result, she had a nervous breakdown.
31. Ann promised once to help me out! But when it really came to it, *she ate her words*.
32. You need *a lot of elbow grease* to become a good mason.
33. Basically we agreed **that just a few loose ends** remained to be cleared up.
34. How are things? — *Business as usual!*
35. Don't try to cheat during your exam. The teacher has *eyes in the back of his head*.
36. **We** asked the babysitter *to keep an eye on* our daughter.

2.10. Что такое неологизмы? Как их понять и перевести?

Неологизмы (neologisms) — это *новые* слова, появляющиеся в языке, и *новые* значения, возникающие у уже существующих слов. И те и другие представляют существенные трудности для перевода, так как переводчику надо «уловить» новое значение и передать его в переводе с учетом особенностей контекста. Естественно, что словари не спешат с регистрацией неологизмов. Здесь много причин. *Во-первых*, некоторые лексикографы могут сомневаться, что такой-то неологизм продержится долго, а, следовательно, зачем регистрировать «слова-однодневки»?

Во-вторых, люди, привыкнув к одному слову-названию, например, к слову «собес», с трудом заменяют его другим, например, понятием «социальная защита».

В-третьих, некоторые вообще могут не желать употреблять неологизмы, поскольку новые слова в какой-то степени могут затрагивать традиционные понятия или чувства человека. Люди могут чувствовать себя не очень уверенно в связи с использованием в речи нового слова.

Итак, мы видим, что *неологизмы*, как и *сленг*, рождаются в том или ином языке стремительно, и причина этого в том, что в обществе, в тех или иных кругах может назреть потребность как-то обозначить новое явление. Отдавая себе отчет в неожиданном появлении неологизмов, И.Р. Гальперин, редактор «Англо-русского словаря», писал в предисловии, что «никакой словарь не может, да и не должен сразу фиксировать их появление»

Мысль И.Р. Гальперина состоит в том, что со временем неологизм сам может «выпасть», допустим, из языка прессы, и все о нем забудут. Поэтому многие неологизмы английские лексикографы называют «окказиональными» (occasional), т.е. появившимися случайно. Также «окказиональными» могут быть и отдельные единицы из сферы сленга.

Какой же стратегии действий должен придерживаться переводчик, когда он столкнется с неологизмом? В рамках контекста, в который уже погружен переводчик, смысл неологизма может быть самоочевиден. Допустим, автор использует (придумывает) новое слово, чтобы его мысль была более оригинальной. Например, достаточно недавно в английском языке появился неологизм *blue collars*. Буквально данное слово означает «синие воротнички». Другими словами, это работники физического труда. Но в течение многих лет это понятие весьма успешно передавалось такими словами, как *manual workers* — *работники физического труда*. Теперь возникла своего рода «борьба» между этими словами. Как же быть переводчику? Он должен поступать следующим образом. Если переводчик видит, что понятие «синий воротничок» вводится или используется *специально*, то в переводе это должно быть отражено. Быть может, некоторые даже ассоциируют это слово с выполнением новых функций. Это — предпочтение автора статьи или книги, и переводчик должен отразить такое предпочтение в своем переводе.

Если с «синим воротничком» все в порядке как с вариантом перевода, утвердившимся в русском языке, то со словосочетанием типа *bullish market* дело обстоит гораздо сложнее. «Англо-русский Оксфордский словарь» дает в качестве эквивалента такой перевод: «повышающийся рынок». Однако этот вариант может не всех устраивать. Некоторые из лексикографов предлагают свои решения, которые в ряде случаев могут быть или казаться более точными переводами. К примеру, тот же термин *bullish market* переводится на русский как «рынок быков» в словаре Б.Г. Федорова¹ и далее дается пояснение: период повышения фондовой или иной рыночной конъюнктуры, от которого выигрывают «быки». Ясно, что Б.Г. Федоров использует уже устоявшееся, в том числе и в русском языке, понятие «бык» как термин, на который можно опираться при описании значения термина-понятия *bullish market*. В других же словарях вообще даются совершенно иные соответствия: например, в «English-Russian Business Dictionary»².

¹ Федоров Б.Г. Новый англо-русский банковский и экономический словарь. — СПб.: Лимбус Пресс, 1999.

² Бизнес-словарь: англо-русский. — 2-е изд. — М.: М.И.П., 1999.

В «Русско-английском словаре» И.Ф. Ждановой и М.В. Скворцовой¹ в словарной статье на «рынок» повторяется вариант Б.Г. Федорова в качестве утвердившегося в языке финансов термина: «рынок быков» (с. 464). То есть можно как бы считать, что вариант «рынок быков» утвердился, хотя, разумеется, не все с этим будут согласны. Для переводчика-практика здесь возникает проблема предпочтения: какой вариант предпочесть и дать в переводе. С другой стороны, если нет твердого устоявшегося варианта перевода, то переводчик как бы вправе предложить и свой вариант. В отдельных редких случаях это возможно, но все же переводчик в максимальной мере должен учитывать и те варианты, которые уже предложены другими.

Слово *scene* в разговорной американской речи не употребляется в общепринятом смысле «сцена», но чаще всего как «место действия», «опыт». *Soul brother* буквально можно перевести как «душевный брат», «добрая душа». На самом деле в речи американцев слово *soul brother* обычно фигурирует вместо слова *black* — *черный*. Слово *trucking* (букв. «перевозка на грузовиках») в разговорной речи употребляется теперь в значении «идти на своих двоих», т. е. вместо общелитературного варианта *take a walk (to truck = to walk jauntily — идти развязной походкой)*.

У слова *together* появилось новое значение — «в хорошем расположении духа». (Например: *You're looking really together these days.*)

И, наоборот, его антоним *into downs* означает «в дурном расположении духа» (*Charlie's into downs today. — Сегодня Чарли не той ноги встал.*). В жаргонной речи *to off* является синонимом глагола *to kill*. Новым синонимом является *to rip off*.

Из данных примеров следует вывод, что в значительной мере неологизмы возникают на основе сленга. Многие из них, несмотря на всю их первоначальную оригинальность, затем быстро исчезают из речи. Такие неологизмы можно назвать «словами-метеорами». Через несколько десятков лет они могут представлять трудность для понимания читателем. В то же время другие проч-

Жданова И.Ф., Скворцова М.В. Русско-английский словарь. Банки, биржи, бухгалтерский учет / Под ред. В.В. Зражевского. — М: Русский язык, 2002.

но утверждаются в языке. Я.И. Рецкер в связи с этим приводит такие любопытные данные:

«Специальное дополнение к большому словарю Вебстера “Webster’s New International Dictionary” 1968 года состоит из 2500 неологизмов. Если сравнить издания 1963 и 1964 годов словаря Чемберса, то окажется, что из 2500 неологизмов издания 1964 года около 500 появились в нем впервые. Понятно, что словари регистрируют только общеупотребительные новые слова, вошедшие в язык. Так называемые «авторские», индивидуальные неологизмы в словари не попадают. Впрочем, неологизмы этой категории — довольно редкое явление; очень немногие писатели прибегают к словотворчеству»¹.

В эпоху массовой коммуникации существуют поистине беспрецедентные возможности для развития и распространения неологизмов. Ярким тому доказательством является язык прессы нашего времени. Язык прессы чуть ли не ежедневно обогащается неологизмами. Многие из них, правда, так и остаются «неологизмами-однодневками», тогда как другие «слова-экспромты» все же постепенно переходят в основной словарный фонд. Это, в частности, такие (теперь уже широко известные) слова и словосочетания, как *troubleshooter* — *уполномоченный по улаживанию конфликтов*; *dark horse* — *темная лошадка*, т. е. *кандидат, неожиданно выдвинутый на какой-то пост в разгар предвыборной кампании*; *favorite son* — *кандидат, выдвигаемый в президенты делегацией своего штата* (на предвыборном съезде партии); *boondoggling* — слово, когда-то входившее в разряд сленга, теперь уже широко известно в политическом лексиконе в значении «*заниматься пустыми делами*»; термин *hooverize* буквально означает «жить по Гуверу», т. е. «*экономить на еде*», «*недоедать*». Выражение *rock barrel* когда-то входило в американский сленг. Однако сейчас это общепризнанный политический термин, который означает «*бочка с салом*», «*кормушка*», «*казенный пирог*».

Рецкер Я.И. Курс перевода с английского языка на русский язык для 3, 4, 5 курсов переводческого факультета (Ч. I). — М.: Изд. МГПИИЯ имени М.Тореза, 1973. — С. 38.

Интересно проследить появление неологизма *sky marshal*. Данное слово возникло в период расцвета практики угона самолетов налетчиками (*hijackers*).

Неологизмы весьма интенсивно появляются, естественно, и в других языках, не только в английском. К примеру, недавно вышел в свет «Словарь современного жаргона российских политиков и журналистов» (М., 2003), в котором можно найти любопытные наблюдения. Слово «арбуз» используется для обозначения большой суммы в долларах, под словом «большая мама» может иметься в виду олигарх. «Следственные действия силовых структур» могут именоваться как «маски-шоу». Сами политики мечтают быть «тефлоновыми»; ясно, что слово заимствовано от выражения «тефлоновое покрытие» (сковороды). Намек на то, что ничто не пристаёт к такому политику. Многие политики получают свои прозвища, например, Юрий Лужков имеет прозвище «пасечник» — намек на его увлечение пчеловодством.

Естественно, что если попытаться в рамках речевого контекста передать эти неологизмы на английский язык, то мы столкнемся с серьезными трудностями. Например, как передать иронию в неологизме «президент работает с документами», или слово-понятие «прихватизация», или термин-неологизм «рокировочка», или выражение «рыбное казино Грефа» и т. д. Даже если переводчик и знает все оттенки значений этих единиц, воссоздать их на английском все равно будет нелегко. Многое зависит и от распространенности тех или иных неологизмов. Когда-то неологизм «пиар», «пиарить» (раскручивать с помощью СМИ свою популярность) казался совершенно непонятным. Однако, как только данное слово-понятие стало распространенным, оно тут же «прояснилось» и в смысловом плане.

В заключение хотелось бы отметить, что общество не может жить без новых слов и понятий. Такие слова и понятия играют не только определенную смысловую роль, но и (и это самое главное) позволяют человеку быть оригинальным, показать, что он «идет в ногу со временем». То есть это уже вопрос *стиля общения*, а не только лексическая проблема.

Анализ переводов неологизмов убеждает нас в том, что, *во-первых*, самым распространенным оказывается перевод путем *подбо-*

ра соответствующего аналога на другом языке. К сожалению, словари неологизмов на русском языке издаются крайне редко. Переводчик многое мог бы почерпнуть из таких словарей.

Второй способ — это перевод путем *транскрипции* или *транслитерации*. Так, steel lobby мы передаем **как лобби сталелитейных компаний**. Это — наиболее краткий вариант. Перевод-толкование — *группа лиц (из числа бывших конгрессменов), которые в кулуарах Конгресса пытаются оказать давление на членов Конгресса в интересах владельцев сталелитейных компаний*, — **вряд** ли можно признать удачным.

Третий способ — метод *калькирования*. Например, street people можно перевести **как люди улицы**, «уличные люди».

Вопросы

1. Что такое неологизмы?
2. Всегда ли новые слова или новые значения слов легко проникают в язык?
3. Как быть переводчику, когда для одного понятия на русском (например, для понятия «работник физического труда») возникает ряд понятий на английском (например, "manual worker", "blue collar")?
4. Сразу ли в русско-английских словарях регистрируются неологизмы?
5. Что вы знаете о новых значениях слова scene?
6. Какое значение имеют слова soul brother?
7. Какое новое значение появилось у слова together?
8. Почему неологизмы часто называют «словами-однодневками»?
9. Публикуются ли неологизмы в дополнениях к словарю Вебстера?
10. Какие приемы перевода неологизмов рекомендуются в нашем «Практикуме по переводу»? Перечислите все приемы и дайте примеры.
11. Пытались ли вы переводить неологизмы из новейшего «Словаря современного жаргона российских политиков и журналистов»? Почему неологизмы в виде жаргона трудно перевести?

2.11. Словари неологизмов

Появление неологизмов обусловлено самим развитием общества, науки, техники и других областей жизни и деятельности человека. Новые явления и понятия требуют для своего обозначения новых слов и изменения или расширения значений старых.

Это явление наблюдается и в английском языке и в других языках мира, хотя и с разной степенью интенсивности. В настоящее время, например, практически уже не воспринимаются как неологизмы следующие единицы, хотя они и появились на свет всего 30 лет тому назад.

Acid	Refers to the hallucinogenic drug, Lysergic Acid Diethylamide (LSD).	ЛСД, наркотик.
Acid freak	Frequent user of LSD.	Лицо, злоупотребляющее наркотиками; наркоман.
Acid rock	Psychodelic music; emphasizes electronic sounds, has a prominent beat and repeated sounds, very loud.	Джазовая музыка с преобладанием электроинструментов. Исполняется «оглушительно» громко и в условиях световых вспышек.
Afro	Natural black hair style; hair not straightened, but left in its natural curly state and styled.	Прическа в стиле «афро».
Bad scene	Unpleasant experience, place or event; a disappointment.	Плачевный или горький опыт; неприятное воспоминание (о чем-л.).
Bag	Person's way of life, now generally replaced by the term "trip". Eg. "He's into a jazz trip."	Новое увлечение; «помешан» на чем-л. Например: <i>Он помешался на джазе.</i>

Be down on	Dislike or disapprove of something or someone, usually intensely. E.g. "He's down on pollution."	Критиковать что-л. или кого-л. Например: <i>Он выступает против загрязнения атмосферы.</i>
Be-in	Gathering of people for spontaneous activities.	Дружеская встреча (например, о компании хиппи); вечер (например, хиппи).
Blow your cool	Loss of control of temper or emotions.	Спокойнее! Возьмите себя в руки.
Blow your mind	Be totally overcome by an idea, place, thing or person.	Охваченный какой-л. идеей; бредить чем-л. (ср.: с ума сходить по чему-л. или о ком-л.).
Bread	Money.	Деньги (ср.: <i>гроши, баксы</i>).
Brother	Term mostly used by a black man or woman to identify a black male, and as a term of address.	Брат, братишка (как форма обращения среди простых людей).
Bummer	Unpleasant experience, especially with drugs.	Неприятное чувство (ср.: <i>противно вспомнить</i>), особ. в отношении наркотиков.
Burned out	Incapacitated, mentally and/or physically, temporarily or permanently from drugs.	Выжатый как лимон: «израсходованный» (ср.: <i>из него все соки выжаты</i>); опустошенный.
Cat	Any male, especially a sharp dresser, dude (dude is more common now).	Пижон; хвостун; модник; стилияга.
Chick	Young girl.	Девчонка-подросток (ср.: <i>цыпленок, крошка</i>).
Cool	Self-assured, knowledgeable. One who is aware of the times.	Знающий себе цену, себе на уме; расчетливый, хладнокровный; крутой.

Cop out	Refuse to face issue or responsibility.	Спасовать (например, перед трудностями).
Counterculture	A style of living. Values are different (e.g. about hippies).	Новый «стиль жизни» (например, об американских хиппи).
Do your own thing	Follow your own interest and activities.	Делай свое любимое дело. Занимайся тем, что любишь делать.
Down	Unhappy, depressed.	Подавленный.
Drag	Boring; a tedious experience.	Скучища!
Ego trip	An achievement of success.	Успех, удача.

Из словарей неологизмов особо следует отметить "The Barnhart Dictionary of New English since 1963". — Barnhart/Harper and Row Publishers, 1973. В нем читатель найдет 5 тыс. новых единиц, появившихся в английском языке в период с 1963 по 1972 гг. Это весьма редкое собрание «новой лексики». В словаре наглядно демонстрируется, как и в какой первоначально сфере возникают новые слова, чем вызывается их появление. Например, слово *action* в своих новых значениях: *a piece of the action* (*мое участие в чем-л.*, where the action is *там, где делаются такие-то дела*. Далее данное слово обрело более широкий смысл: *action painting* — *школа абстрактной живописи, использующая приемы разбрызгивания красок*.

Прогресс в науке, технике, искусстве, литературе лежит в основе многих неологизмов: *airbus* *аэробус*, *audiotyping* *аудиопечатание*, *hot oil* «горячая» *нефть* (т.е. добываемая с превышением ограничений), *Mister Big* (жаргон) *исполнительный вице-президент нефтяной компании*.

Вопросы

1. Какие словари неологизмов на английском языке вы знаете?

2. Указаны ли неологизмы, появившиеся на свет 30 лет тому назад, в тех словарях, которыми вы пользуетесь как переводчик (см. *acid*, *acid freak*, *acid rock* и т. д.)?
3. Сколько тысяч единиц в виде неологизмов можно найти в словаре Barnhart/Harper and Row Publishers?
4. Какие неологизмы вам понравились в «Словаре современного жаргона российских политиков и журналистов»?

Задание. Переведите на русский следующие неологизмы, используя ваши словари.

1. *The front-line manager* is the most important two-way communicator in any business.
2. Whether it is called "re-engineering", *downsizing* or *delayering*, the goals are the same: to eliminate tiers of *middle managers* in order to delegate responsibility to those actually running factories, designing products or dealing with customers.
3. More staff cuts or *right-sizing* are needed.
4. When market prices are rising, people talk about *a bull market*.
5. If people think prices will continue to rise, people are *bullish*.
6. When prices are falling, people talk about *a bear market*, and if they think prices will continue to fall, they are *bearish*.
7. There is little investor demand for gold bullion.
Prices tend to rise only a little on *bullish developments*, and they fall more on *bearish* ones.
8. GM and Ford have used luxury cars as *cash cows*.
9. "*Golden handshake*" is a rather new term used now in English.
10. Do you know what the term "*golden parachute*" means? It's part of a business person's contract that states that they will be paid a large amount of money when their contract ends or when they leave the company.
11. If you know what "*golden parachute*" means, you can also guess what "*golden hello*" is.
12. By "*golden hello*" we mean a large amount of money paid by an employer to secure the long-term loyalty of a key employee.
13. Among the neologisms we can also mention the term "*green mail*". It has nothing to do with mail. You should grasp it as a single unit. It means the practice of buying stock in your own company, usually at a high price. You buy the stock not to allow to take control of your company.

14. The term "*macaroni defense*" implies a mass issue of bonds that have to be paid off at a higher price in case of a takeover of a company. This is done to prevent a likely takeover.
15. *A megabank* is a new word. It means a bank which is very large.
16. The expression *to scrap merger* means to kill the ideas of merger.
17. *Political mileage* is a new expression used in political English. It means one's experience (record) in politics.
18. The longer is your record, the longer *the mileage*.
19. *A financial merry-go-round* is a new term. What it means you can guess if you interpret the word merry-go-round figuratively.
20. *A minority stake* is a block of shares belonging to the minority of stockholders.
21. In Financial English the expression "*to muddle through*" is not used too often. You can understand its meaning if you analyse the following sentence: "India will be doing reasonably well to muddle through with its current rate of 5-6%."
22. *A teach-in* is a neologism of the 70s. It means the following: a situation in which people protest a political or social problem by coming together to give information about it and discuss it.

2.12. Что имеется в виду под термином «безэквивалентная лексика»?

Проблема передачи безэквивалентных единиц на другой язык анализируется многими лексикографами. В целом такую лексику можно разбить на 4 группы.

Первая группа — это слова-реалии.

Например, американский термин drive-in как своеобразный элемент американской действительности можно отнести к реалии. В России такого явления нет. Вот как в словарях толкуется это явление — *Л drive-in* is a business or part of a business that you can use or visit while staying in your car. Drive-in — это «предоставление определенных возможностей человеку для деловых операций, когда такие операции могут совершаться человеком, не выходя из автомобиля». И дается следующий весьма показательный пример: I deposited my check at the bank's *drive-in window*. Такого рода слова, как правило, обозначают те или иные элементы быта или государственного устройства, те или иные обычаи.

В связи с трудностями регистрации подобных единиц и трудностями их перевода словарей безэквивалентной лексики нет. Поэтому переводчик, сталкиваясь с явлениями такого рода, всякий раз решает их по-своему.

В переводе безэквивалентной лексики нет унификации, но есть определенная переводческая практика, которая как бы «фиксирует» возможности перевода безэквивалентных единиц. Возможно, что в будущем, когда все больше будет электронных словарей, в эти обычно очень громоздкие словари войдут и варианты перевода безэквивалентных единиц.

Вторая большая группа таких слов — это временно безэквивалентные единицы.

Так, некоторое время термин minority shareholders оставался без эквивалента на русском: имелись лишь описательные версии перевода. Однако это было крайне неудобно для финансистов России. В итоге стал употребляться термин «миноритарные акционеры». Он, также как и английский термин, — емкий и краткий. Термин утвердился в русском языке.

2.12. Что имеется в виду под термином «безэквивалентная лексика»? 169

Третья группа — это случайные безэквивалентные единицы. То есть в одном языке то или иное явление оказалось обозначенным каким-то словом, а в другом языке такого слова нет. Ту же мысль можно было передать другим способом, а потому было сочтено, что такого слова и не надо иметь. Конечно, могут быть даны и какие-то другие объяснения этому явлению. Возьмем слово «сутки». В русском языке оно имеется, в английском нет. Как же тогда быть переводчику?

Посмотрим, как поступают в этих случаях лексикографы. Что они предлагают? Так в словаре Кацнера¹ слово «сутки» переводится следующим образом: twenty-four hour period; day and night.

В некоторых случаях перевод на английский в результате имеет явно «описательный» оттенок. Ср.: в любое время суток — at any time of the day or night.

Кроме того, как отмечают исследователи Л.К. Латышев и В.И. Провоторов, существует и *четвертая* группа «экзотизмов», например, в немецком это слово wunschdenken, которое невозможно в виде одного слова передать по-русски. По-английски, однако, существует выражение wishful thinking, которое в общем вполне покрывает немецкий экзотизм².

Что касается способов перевода неологизмов, то они следующие.

Первый способ — это транслитерация. Например, grapefruit — *грейпфрут*, skyscraper — *небоскреб*.

В русском языке в настоящее время порой происходит бездумная транслитерация иностранных слов даже в тех случаях, когда есть хорошие русские слова-заменители. Так, Л.К. Латышев и В.И. Провоторов не без основания отмечают, что немецкое слово kellner переводчики транслитерируют как «кельнер», как будто нет русского слова «официант». По-видимому, в представлении некоторых людей иностранная лексика «статуснее» и потому более предпочтительна. Это явление наблюдается и в на-

¹ Katzner, Kenneth. English-Russian/Russian-English Dictionary. — New York, John Wiley & Sons, Inc., 1994.

² Латышев Л. К., Провоторов В.И. Структура и содержание подготовки переводчиков в языковом вузе. —М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2001. - С. 53.

званиях одежды, и в названиях должностей и пр. Очень много таких терминов в сфере компьютерной техники.

Вопрос о том, насколько все это целесообразно, остается спорным. Однако многие ощущают себя лучше, работая в «отделах рекрутинга» вместо «отделов по найму кадров». Это явление очень распространенное, и сейчас существуют буквально тысячи иностранных названий, вытесняющих соответствующие русские слова, как будто русские слова не обозначают то же самое.

Второй способ перевода безэквивалентной лексики — это *калькирование*. Ср.: kindergarten — *детский сад*.

Третий способ — это *приближенный* перевод. Ср.: hanswurst (нем.) — *петрушка*; residence permit — *прописка*.

Четвертый способ — это может быть, как отмечают Л.К. Латышев и В.И. Провоторов, *описательный* перевод. Ср.: anlemberruf (нем.) — *профессия, осваиваемая в процессе краткосрочного обучения по месту работы*. Такого рода примеры существуют и в английском языке. Например, выражение kitchen cabinet передается по-русски не как «кухонный кабинет» (такой буквализм не подходит), а как (*шутл.*) «группа неофициальных советников президента» (США)¹. Разумеется, может быть и такой перевод: «неофициальные советники президента США».

Вопросы

1. Какие единицы относятся к «безэквивалентной лексике»?
2. Имеется ли безэквивалентная лексика в сфере экономики, финансов и бизнеса?
3. Можете ли вы привести примеры безэквивалентной лексики из языка бизнеса?
4. Какие варианты перевода дает "Oxford Dictionary of Business" для следующих весьма специфических слов-понятий: golden hello, golden parachute, go slow, hard sell, head hunter, jobber, outcry, pit, tax haven?
5. Почему долгое время термин minority shareholders переводился в виде толкования?

¹ Крупное В.Н. Англо-русский словарь современной общеупотребительной лексики. — М.: Астрель. АСТ, 2003.

2.12. Что имеется в виду под термином «безэквивалентная лексика»? 171

6. Почему для слова «сутки» в английском языке нет единого терминологического эквивалента?
7. Какие приемы перевода безэквивалентной лексики существуют/

2.13. Образные выражения и их перевод

Отнюдь не всегда переводчику легко отнести то или иное выражение к соответствующей категории и далее соответственно переводить. Иногда просто нет времени на такой анализ. И все же переводчик чувствует, что данная единица — это единица высокого стиля, образная фраза и пр. Например, это могут быть *«индивидуально измененные фразеологизмы»*. Это могут **быть** те или иные приспособленные из рекламы фразы. Это могут **быть** те или иные фразы, заимствованные пародистом из рекламы. Словом, такого рода примеров может быть очень много.

Какая же задача переводчика в таких случаях? Его задача состоит в том, чтобы (по мере возможности) сохранить статус той или иной фразы или изречения.

Например, автор пишет, что у его героя жизнь была непродолжительной — His **span of life** was but short. Единицу *span of life* можно передать, например, таким образом: *Его жизненный путь был, однако, краток. Или: Но ему немного удалось пожить на этом белом свете.* Слова «белый свет» как бы перекликаются с выражением *span of life*. Или: Его *карьерные успехи* были недолгими. Важно, конечно, чтобы данная фраза хорошо вписывалась в общий контекст произведения.

Вопросы

1. Всякий ли раз переводчик классифицирует те или иные единицы, когда он переводит?
2. Помогает ли переводчику интуиция при переводе образной лексики разного плана?
3. Что вы можете сказать о переводе на русский язык такой образной лексики: Big Brother, big mouth, big ticket (*about certain programs*), break a leg (*as a kind of wish*), busy as a beaver, cakewalk, can-shaker (*about a person collecting money*), carpetbagger, clean sweep, con job, cough up (*bucks*), crawfish, opera isn't really his cup of tea, eyewash?
4. При переводе образных выражений вы сразу находите ответ или вам требуется поддержка в виде информации одного или нескольких словарей?

2.13. Образные выражения и их перевод

5. Учитываете ли вы контекст при переводе образной лексики?
6. Вам известна фраза to behave like a bull in a china shop?
7. Слово deadline является штампом в языке бизнеса. **A** вы знаете его? Как употребляется это слово в речи?

Задание. Переведите следующие предложения на русский, сохраняя образность отдельных единиц.

1. The stockholders debated the issue **for** a long time. *The passions were brought to a boil.*
2. The Chairman's statement was *like a bolt from the blue.*
3. The opposition *have really shot their bolt*; they'll never get any more votes than this.
4. They've *cut their expenses to the bone.*
5. *Play by the book*, the President of the club used to say.
6. Not everything in Japan looks bleak: they **have filled their boots with** cheap capital and are now happy.
7. He *crowded a lot of adventures into* his young life.
8. His *mind navigated rather* large spaces.
9. He reached *the highest points in* his career.
10. *A bottleneck in* supplies may well develop. Something must be done.
11. I would not like *to bow to* pressure.
12. Brush off all your concerns and you'll *ace a new situation.*
13. Now (after all his financial adventures) *he is on the bubble.*
14. It is not easy *to make a buck from this situation.*
15. He behaves *like a bull in a china shop.*
16. I think that the company's position now *is a farcry from* its position of 2000.
17. In effect, profits on these shareholdings *are a cushion* against bad debts because they can be turned into cash.
18. Precious **metaks** will be less exciting. Gold is *dead in the water* — and likely to stay that way.
19. I've set **a deadline** for you. Try to stick to it.
20. It was *a last ditch attempt* in a **two-day** debate.

2.14. Конверсия и перевод

Опыт обучения переводу показывает, что даже такая простая операция, как *конверсия*, может сбивать начинающего переводчика с толку и в результате он не знает, как ему действовать. На самом деле, здесь происходит следующее: переводчик, видя знакомое слово в непривычной функции, теряется в осуществлении своей основной стратегии: постичь замысел (смысл) сообщения и полноценно передать мысль на другом языке.

Допустим, мы переводим текст в виде предложения (мини-контекст) с английского на русский: Don't *water* sugar. Сразу же необходимо задать себе вопрос: о чем идет речь? Речь идет о сиропе. Что с ним делается? The sugar *is watered*. То есть он подвергается воздействию воды. То есть он разбавляется. Здесь, как мы видим, вступает в действие принцип *смыслового, логического анализа* и принцип *использования переводческой догадки*. Эта догадка является закономерной частью стратегии действий переводчика.

Один раз поняв, что срабатывает такой-то принцип, переводчик далее *свободно действует по аналогии*. Например, он знает, что to buy *покупать*. А если переводчик встречается с конструкцией типа it is a good buy, то он сможет, по нашему мнению, легко догадаться, что здесь данная конструкция имеет такой смысл: «это — хорошая покупка». Что касается перевода фразы типа it's a test run of the locomotive, то здесь может работать прием *логического рассуждения*. Переводчик задает вопросы типа: О чем здесь идет речь? Если тепловоз испытывается на определенной дистанции, то как это испытание называется? Это называется пробегом. Поэтому вся фраза переводится так: *испытательный пробег локомотива*.

Конечно, в сфере бизнеса таких примеров очень много. К этому надо привыкнуть. В процессе практики переводчик привыкает к языковым особенностям выбранного им жанра.

Вопросы

1. Что такое конверсия?
2. Почему фактор необычного употребления слов сбивает нас с толку?

3. Должен ли переводчик следовать стратегии своих действий при анализе примеров на конверсию? Других примеров?
4. Помогает ли грамматика выявить конверсию?
5. Мы знаем слово spot как «пятно», «точка», «место». А что означает глагол to spot? Что означает фраза the aircraft spotted the target?

Задание. Переведите на русский, учитывая конверсию.

1. The dog *spotted the hare*.
2. You missed the goal. **Your miss** is as good as a mile.
3. Your *misstep* brought about a tragic development.
4. Yes, I invested a lot of capital in this venture. But it was *mistimed*.
5. It *is modelled on* the previous job.
6. This is a special type of money. It's *call money*.
7. **To get a raise** means to get an increase.
8. It was really difficult *to nail the bargain*.
9. **We** *have to narrow the gap* if we want to survive.
10. **We** *have to net out* the value added tax.
11. They were running *nip and tuck*.
12. There is a lot of crime around. **We** *should nip it in the bud*.
13. **We** *have tried too much*. As a result, we are *overstocked*.
14. **Who fired** Mr Jones?
15. I have only a pencil to write with. So I *have to pencil* your note.
16. He *clerked at* a small factory.
17. *Piece it all together* and you'll see the real situation.
18. If you want to win, you **should pin your hopes** on real facts.
19. The boss could do nothing better than **to pin his anger** on his partner.
20. Yes, it was really *afoul play*.
21. The competitor *was priced out of* the market.
22. Your hat wants *a brush*.
23. I don't like **the feel of flannel** on my skin.
24. I believe that every translator should have **the feel of the language** he translates from.
25. I have been *a die-hard Dodgers fan* since I was a boy.

2.15. Глагол **would** и перевод предложений, содержащих его

Употребление модальных глаголов, как известно, ведет к некоторому изменению содержания высказывания. Известные модальные глаголы — *can, could, may, might, must, have to, ought, shall, should, will, would*. В практических грамматиках английского языка весьма подробно рассматриваются вопросы использования модальных глаголов в английской речи. Поэтому мы не будем здесь затрагивать эту тему. Остановимся лишь на передаче оттенков значения глагола **would**, который в этом отношении является особенно сложным.

Употребление глагола *would* — это часто показ того, что ситуация нереальна. Естественно, это надо отразить в переводе. Например:

I <i>would love to travel</i> around the world.	— Хотел бы попутешествовать по миру.
What <i>would you do</i> if you won a million dollars?	— Что бы вы сделали, если бы вы выиграли 1 миллион долларов?
I <i>wouldn't have gone</i> there if I'd known he was going to be there.	— Я не пошел бы туда, зная о том, что он собирался быть там.

Опять же ничего сложного здесь нет, надо просто знать (понять), о чем идет речь.

Вопросы

1. Почему глагол *would* относится к числу глаголов, с трудом поддающихся переводу?
2. Изменяется ли суть сообщения, если модальный оттенок передан неправильно?

Задание. Переведите следующие предложения с *would*.

1. On Saturdays when I was a child, we *would all get up* and go fishing.
2. He was a nice boy but he *would talk* about himself all the time.

3. So this was the school where I *would spend* the next 5 years.
4. If I'd known you were coming, I *would have stayed in*.
5. She asked me if I *would like* to drink.
6. I thought it *would be nice* to have a picnic.
7. I thought the goods *would be delivered* on time.
8. I *would tell* you her name if I knew it.
9. What *would you do* if you lost your job?
10. The kitchen *would look better* if we had red curtains.
11. I *would be sorry* if we didn't see her again.
12. It *would be a pity* if Andy didn't get the job.
13. If I knew his address, I *would go round and see* him.
14. What *would you do* if you won the lottery?
15. It *would be quicker* if you used the computer.
16. If you were not so busy, I *would show* you how to play.
17. If you really loved me, you *would buy* me those diamonds.
18. I'm sure Moira *would help* you if you asked her.
19. If I had the keys, I *would show* you the cellar.
20. If I had children like hers, I *would send* them to boarding school.
21. *Where would you go* if you needed to buy a picture frame?
22. If all of us came, *would you have room in your car!*

2.16. Словари словосочетаний и устойчивых фраз

В настоящее время известны новые словари в области словосочетаемости на английском и русском языках. Многие переводчики, к сожалению, не знают о них или знают, но не всегда используют. Между тем грамотное и эффективное использование словарей словосочетаемости во многом предопределяет успех работы переводчика-практика.

Если посмотреть на вопрос издания словарей словосочетаемости в историческом плане, то, пожалуй, следует начать с самого первого большого словаря такого типа — словаря Родейла. Он называется "Word Finder" by J. Rodale (1947). Для того времени это был весьма интересный словарь, хотя сразу следует заметить, что в нем внимание уделяется лишь словам из области художественной литературы, в нем нет объяснений и состоит он в основном из перечислений слов на ту или иную тему. Это был тот период, когда для издания словарей еще не использовались гигантские, воистину необъятные ресурсы подготовки словарей с помощью компьютеров, когда в сферу обработки попадают большие массивы текстов самого разного жанра.

Чтобы убедиться в справедливости наших замечаний, посмотрим на словарь Родейла в этом плане. В нем можно найти как типичные, так и возможные словосочетания нескольких типов: прилагательное + существительное, глагол + наречие и наречие + прилагательное. Допустим, нам надо найти ряд возможных определений для слова *speech*. Каким же выбором мы располагаем? На с. 1104 словаря Родейла приводятся: *thoughtless; voluble; angry; goodly; copious; long; stirring; maiden; gracious; heartless; chanting; epigrammatic; purest; wholesome; noblest; unrestrained; irrelevant; whispered; ambiguous; occasional; dual; sacred; moderate; impromptu; dedicatory; average; normal; saucy; meaningless; familiar; true, strict; after-luncheon; nebulous; laughing; decent; much-abused; impertinent; strong; vague; well-prepared; oracular; disrespectful; impressive; indignant; devoted; candid; elaborate; derogatory; characteristic; voiceless; extraordinary; eloquent; perfunctory; persuasive; masterly; articulate; demonstrative; rough; fa-*

cetious; muddled; rasping; plaintive; powerful; whining; fraudulent; graceless; sibilant; complimentary; winged; taciturn; resistance; appropriate; sententious; consonantal; immemorial; intolerant; yearning; pedantic; suppositious; seditious; appreciative; villainous; patriotic; intelligible; expressive; champagne; stump; explosive; inflammatory; treasonable; high; momentous; pursuing; melted; deprecatory; flattering; lazy; composite; private; deliberating; flamboyant; explicit; flirtatious; fluent; luxuriant; royal; ghost-written; effective; reserved; rhetorical; voluble; fastidious; stifled; funeral; artistic; morning; inaudible; incharitable; wandering; dangerous; previous; strict; corrupted; free; manly; broken; rattling; skilful; triumphant; graceful; higher; untimely; aimless; desolate; florid; fervid; common; impudent; uncensored; farewell; long-winded; memorized.

На с. 816 словаря приводятся наречия, сочетающиеся с глаголом *notify*: *portentously; officially; formally; nominally; sympathetically; appropriately; customarily.*

Указания на сочетаемость есть и в других словарях, в частности, в изданиях П. Роже, в "Webster's New World Thesaurus" by Ch. Laird и во многих других. В учебно-практическом словаре "Longman Dictionary of Phrasal Verbs" by Rosemary Courtney (Longman, 1983) содержатся глаголы с постпозитивами: *break down, look after, put up with* и др.

Из изданий в русско-английском ключе значительный интерес представляет книга А. К. Демидовой и С. В. Шевцовой «Русско-английские эквиваленты глагольно-именных словосочетаний» (М., 1984). Продемонстрируем, например, как в этой работе передаются на английский язык словосочетания с глаголом *закрывать*.

Закрывать (закрывать)

1. что *вин.*

Закрывать портфель, зонтик

close a bag, an umbrella

Закрывать книгу

close/shut a book

Закрывать глаза

close/shut one's eyes

Закрывать дверь, окно, проход,

close/shut a door, window, passage,

ВХОД (во что)

entrance (into)

Закрывать комнату

seal/close a room

Закрывать границу

seal/close the frontier

Закрывать кран

turn off the tap/faucet

Закрыть воду, газ	shut off the water, the gas
Закрыть путь	block the way
Закрыть сессию, заседание	close/adjourn a session, a sitting
Закрыть магазин	close a shop
Закрыть торговлю	stop trade; ban/prohibit trade
Закрыть сезон	end the season
Закрыть выставку, школу, завод	close an exhibition, a school, shut down/close down a factory
Закрыть газету, журнал	close down a newspaper, magazine; suppress a newspaper, magazine
Закрыть счет	close an account
Закрыть скобки, кавычки	close the brackets, inverted commas
2. чем <i>твор.</i>	
Закрыть дверь ключом	lock the door with a key
Закрыть лицо вуалью	drop/lower one's veil
3. на что <i>вин.</i>	
Закрыть дверь на ключ, на замок, на засов, на задвижку	lock (up) the door, padlock the door, bar/bolt the door, latch the door
Закрыть магазин на обеденный перерыв	close the shop for lunch

Есть и другие словари словосочетаний. Отметим лишь один из таких новейших словарей. Это — уникальный словарь по богатству словосочетаемости и показу слов и словосочетаний в речи. Словарь называется "Oxford Collocations Dictionary for Students of English" (Oxford, 2000).

Под «коллокациями» авторы имеют в виду устоявшиеся словосочетания, характерные для тех или иных сфер общения. К примеру, мы заинтересовались словом boom. Какие словосочетания характерны для этого слова? Открываем указанный словарь и получаем следующую информацию:

boom

1. period of sudden increase

Далее даются типичные словосочетания со словом boom.

Это словосочетания с **прилагательными**: great boom, post-war boom, consumer boom, economic boom, investment boom, spending boom, building boom, housing boom, property boom, oil boom, baby boom.

Как нетрудно заметить, все **самые основные единицы** в виде устоявшихся словосочетаний сюда вошли. Более того, совершенно очевидно, что словарь *как бы подсказывает* переводчику модель для дальнейших действий *по аналогии*. Если, к примеру, вы хотите сказать о **росте продаж**, то с уверенностью можно сказать и перевести sales boom; если вы хотите сказать о **росте ремонта мелких (домашних) приборов**, то смело можно переводить boom in the repairs of small appliances и т. д. Подобные решения, основанные на «чувстве языка», могут неоднократно помочь переводчику.

Если речь идет о **глаголах**, употребляемых со словом boom, то их число также впечатляюще: to cause a boom, to create a boom, to fuel a boom, to lead to a boom. Если вы хотите увидеть слова/обороты в речи, то это тоже можно. Авторы словаря дают достаточно много примеров на употребление слов в речи.

Ср.: The boom was fuelled by accelerated demand for consumer products.

Есть конструкции на **boom + сущ.**

Ср.: **boom period**
boom time
boom year
boom town

Даются и характерные для данных единиц предлоги:

during a boom
in the boom/at the boom

He was born **during** the post-war baby boom.

И, наконец, приводятся отдельные примеры на речь:

boom and bust
boom and slump

Eg. The ordinary business cycle of boom and bust.

Далее даются словосочетания во втором значении слова boom.

2. deep hollow sound

Это значение нас не интересует, и здесь мы не будем его рассматривать.

Всего в словаре дается 150 тысяч словосочетаний с самой разной лексикой.

Кстати сказать, многие единицы деловой лексики в словаре также представлены:

accountability, accountable, accountancy, accountant, accumulation, act, action, active, activity, adjustment, administration, admission, advance, advanced, advancement, adventure, advice, adviser, affair, agent, aggressive, agree, agreement, contract, pact, aim, allowance, amendment, amenities, analysis, analyst, answer, antagonism, appeal, appendix, applicant, apply, appointment, appraisal, appreciate, appreciation, apprehension, apprehensive, approach, approval, approve, approximation, arbitration, area, argue, argument, arrangement, arrears, article, assembly, assess, assessment, asset, assets, assignment, assistance, assistant, association, assurance, audience, authority, autonomous, autonomy, availability, available, average, award, awareness, axis и т.д.

Кроме того, даются и специальные примеры, показывающие употребление многих словосочетаний в речи. Это усиливает ориентировку переводчика, переводящего на английский язык.

Мы хотели бы отметить и тот факт, что данный словарь позволяет переводчику лучше ориентироваться в английской речи как таковой, увереннее употреблять в речи и переводе те или иные конструкции. Так, например, в институтах иностранных языков такого рода материал усваивается в ходе занятий в аудитории. Здесь же вы можете совершенствовать свои знания, в том числе и самостоятельно.

Словарь словосочетаний уточняет многие детали, которые иначе выяснить вообще очень трудно. К примеру, как сказать «прогуливаясь по аллее»? Как правило, дается вариант типа *strolling along the avenue* ... А как еще можно сказать? Оказывается, можно также сказать: *strolling down the avenue, strolling in the avenue, strolling through the avenue, strolling up an/the avenue*. Естественно, такое богатство вариантов вряд ли можно найти где-либо еще.

И, наконец, последний момент, который нам бы хотелось отметить в отношении данного словаря, исходя из творческих задач профессионального переводчика, — это вопрос об охвате всего смыслового поля той или иной единицы. Так, в отношении слова *business* мы находим в "Oxford Dictionary of Collocations" описания типа:

business noun

1 buying and selling of goods

- **ADJ. big | profitable | private | core** *It's time to focus on the company's core business.* | **retail, wholesale | catering, computer, investment, etc.**
 - **VERB + BUSINESS carry on (often law), conduct, do, transact** *a company that has ceased to carry on business* 0 *He's someone I can do business with* (= that I find it easy/pleasant to do business with). | **work in** *She works in the computer business.* | **go into, set up in | go out of** *The firm went out of business during the recession.* | **put sb/sth out of** *The new regulations will put many small firms out of business.*
 - **BUSINESS + NOUN deal, transaction | meeting | lunch | trip | community | executive, manager, partner | contact | affairs, interests, matters | investment | secret *protecting business secrets* | **plan | acumen | card | hours** *You can call the helpline during normal business hours* | **school | studies | park** *The company's offices are located in the new business park out of town.***
 - **PREP in~** *He's in business.* 0 *What business are you in?* ◊ (*figurative*) *All we need is a car and we'll be in business* (= we'll have everything we need to start what we want to do). **on** ~ *going to Paris on business*
 - **PHRASES business as usual** (= things will continue as normal in spite of a difficult situation) *It's business as usual at the factory, even while investigators sift through the bomb wreckage.* **business or pleasure** *Is the trip to Rome business or pleasure?* **mix business with pleasure** *When I travel abroad I like to mix business with pleasure.* **a place of business**
- 2 amount of trade done
- **ADJ. brisk, good** *Business was brisk and they had sold out by mid-day.* | **bad, slack, slow**
 - **VERB + BUSINESS drum up, generate** *She's in Europe drumming up business for her new company.* | **tout for** *insurance salesmen touting for business* | **lose** *We're losing business to our main rivals.*
 - **BUSINESS + VERB boom** *Business is booming for estate agents in the south as the property market hot's up.* | **pick up** *After a slack period business is now picking up.*

3 firm/shop

- ADJ. **large, medium-sized, small** | **family** | **international, local** | **private** | **state-owned** | **profitable, successful** | **mail order, retail, wholesale**
- VERB + BUSINESS **have, own** | **manage, run** *It was always my dream to run my own business.* | **set up, start** *They decided to start their own business.* | **build up** *We built up the business from nothing.* | **work in** *He works in the family business.* | **take over** | **expand, grow** *We are looking to grow the business over the next couple of years.* | **join, leave**
- BUSINESS + VERB **do/go well, takeoff** *After six months the business really took off.* | **expand, grow** *The business is expanding fast.* | **collapse, fail**
- BUSINESS + NOUN **assets, premises** | **failure** ⇒ Note at ORGANIZATION

4 work/responsibility

- ADJ. **daily**
- VERB + BUSINESS **go about** *market traders going about their daily business* | **make sth** *I shall make it my business to find out who is responsible.*
- PHRASES **have no business doing sth/to do sth** *You have no business (= no right) being here.* **mind your own business** (= think about your own affairs and not try to get involved in other people's) *'What are you reading?' 'Mind your own business.'* ◊ *I was just sitting there, minding my own business, when a man started shouting at me.* **none of your business/no business of yours** *My private life is none of your business (= does not concern you).*

5 important matters

- ADJ. **private** | **important, pressing, urgent** | **unfinished** *We've got some unfinished business to discuss.*
- VERB + BUSINESS **get down to** *OK, let's get down to business.* | **deal with, discuss, talk** *I'm not going to talk business tonight.*
- PHRASES **any other business** (= items discussed at the end of a meeting) / *think we've finished item four. Now, is there any other business?*

6 situation/event

- ADJ. **whole** *I'll be glad when the whole business is over and done with.* | **awful, bad, dreadful, terrible** *It was an awful business — he couldn't work for months.* | **funny, strange**

Как мы видим, словосочетаемость для слова *business* дана с учетом круга его значений.

Теперь, если выйти за пределы публицистики и деловой литературы и рассмотреть такой жанр перевода, как перевод технической литературы, то в этой сфере, с точки зрения устойчивых сочетаний, есть свои наработки. Например, для целей перевода с русского на английский используются словари-справочники "Russian-English Translator's Dictionary (A Guide to Scientific and Technical Usage)" М. Циммермана и К. Веденеевой¹ и словарь Б.Н. Климзо².

Построение каждого из справочников основывается на принципах работы их авторов. Так, для М. Циммермана основной руководящий принцип в работе — принцип о том, что перевод должен быть свободен от поспешных решений. Другими словами, для М. Циммермана, как он сам пишет об этом в своем предисловии, главным является установка типа "The right word in the right place." («Каждое слово должно стоять на своем месте»). Это показывает, сколь большое внимание М. Циммерман уделял стилистике перевода, отбору точных слов и конструкций для выражения технической мысли на английском языке. В этом отношении переводчик в этих справочниках найдет ценную для научно-технического языка синонимию и другие яркие выражения и фразы из сферы технического языка.

Учитывая, что некоторые термины входят в сферу делового языка, можно утверждать, что данный словарь будет полезен и переводчику деловой литературы, переводящему тексты с русского на английский. Издание содержит свыше 25 000 слов и словосочетаний из сферы научно-технического языка. Варианты перевода проиллюстрированы примерами из оригинальной литературы.

Словарь Б.Н. Климзо содержит 22 000 лексических единиц (отдельные слова, словосочетания, речевые штампы, термины-

¹ Циммерман М.Г., Веденеева К.З. Указ соч. — М.: Наука, 2000.

² См.: Климзо Б.Н. Русско-английский словарь общеупотребительных в научно-технической литературе слов и словосочетаний. Свыше 30 000 терминов: В 2 т. - М.: ЭТС, 2002.

логические сочетания), которые используются в современной научно-технической литературе.

В первом томе словаря содержатся общеупотребительные слова и словосочетания в русско-английском варианте. Например, *документы поставки* — procurement documents, *документы приложены* — documents attached, *документы, связанные с согласованием проекта* — the approval documents. Следует отметить точность вариантов автора словаря.

В связи с этим можно заметить, что наличие подобного словаря словосочетаний в сфере бизнеса, например, в области языка контрактов, могло бы существенно облегчить работу переводчика. По всей вероятности, в будущем появятся и такие.

Второй том, как пишет автор, это — «словарь в словаре», т. е. он содержит как русский, так и английский указатель ключевых слов. Назначение русского указателя — найти нужное или близкое по смыслу словосочетание по ключевому слову. Таким образом с помощью таких указателей переводчик быстро находит нужные ему словосочетания. По нашему мнению, наличие указателя типа «словарь в словаре» — это достаточно эффективный подход с переводческой точки зрения. Он способствует достижению точности перевода.

С точки зрения совершенствования перевода, переводчику надо самому постоянно читать литературу в оригинале в области своей специализации, чтобы можно было наращивать свои профессиональные знания. Кроме того, чтение оригинальной литературы по теме специализации развивает как общую переводческую эрудицию, так и творческую языковую интуицию, без которой работа переводчика невозможна.

Что касается русской словосочетаемости в языке делового общения, то по этому поводу недавно был издан специальный словарь¹. Словарь предназначен для активного усвоения представленной в нем лексики. Например, словосочетаемость с глаголом «давать» следующая:

¹ См.: Крупное В.Н. Язык делового общения. Russian-English Dictionary of Business Communication. — М.: Астрель. АСТ, 2003.

давать, дать give; offer; give rise to; provide

- ~ адрес give *one's* address
- ~ займы lend
- ~ гарантии give guarantees
- ~ гарантии о размещении выпуска ценных бумаг underwrite an issue
- ~ доказательство prove
- ~ дотацию grant, give a subsidy
- ~ заверение pledge
- ~ завышенную оценку overestimate, overrate, overvalue
- ~ заглавие книги title (*a book*)
- ~ задаток pay down
- ~ заключение аудитора render an audit opinion
- ~ клятву pledge allegiance
- ~ зеленый свет give the green light; give *smb* the go-ahead
- ~ коммерческую ссуду grant a commercial loan
- ~ консультационное заключение give an advisory opinion
- ~ ложные показания give false evidence
- ~ напрокат let out
- ~ обзор present a review
- ~ образование teach, instruct, train, educate
- ~ определение define
- ~ основание give reasons (*for*)
- ~ отвод свидетелю challenge a witness
- ~ полную картину give a full picture
- ~ по рукам slap *smb's* hand; slap *smb* down
- ~ право entitle; give the right
- ~ поручение give an assignment; set a mission
- ~ разрешение permit; give a permission; grant a license
- ~ расчеты present calculations
- ~ сведения present information
- ~ свидетельские показания give evidence as a witness
- ~ сводные показатели consolidate the results
- ~ слово give the floor to *smb*
- ~ средства на основе условий «воздушного шара» lend "on balloon" terms
- ~ урок teach a lesson

Давать средства на основе условий «воздушного шара»* означает использование «воздушного шара», или крупной суммы, выплачиваемой время от времени для погашения долга. К займам в виде «воздушных шаров» относятся те займы, погашение которых происходит не в форме регулярных платежей, а по мере появления у заемщика средств, т. е. погашение идет крупными суммами.

To lend "on balloon" terms means that a large sum is repaid and this is an irregular installment of a loan repayment. Balloon loans are those in which repayments are not made in regular manner, but are made as funds become available in balloons.

То есть в данном словаре дается как словосочетаемость в сфере бизнеса, так и (в ряде случаев) разъяснение терминологии.

Вопросы

1. Почему важны словари словосочетаний для изучающих английский язык?
2. Существуют ли словари словосочетаний на русском языке?
3. Как назывался словарь словосочетаний в английском языке, изданный в 1947 году?
4. Что вы знаете о словарях П. Роже?
5. Каким образом вводится словосочетаемость в словаре А.К. Демидовой и С.В. Шевцовой?
6. Знаете ли вы самый последний уникальный словарь по словосочетаемости в английском языке? Как он называется?
7. Каким образом вводится словосочетаемость в указанном словаре? Рассмотрите примеры на словосочетаемость со словом boom.
8. Как представлена словосочетаемость с деловой лексикой, содержащейся в словаре? (Словосочетаемость с единицами типа accountant, accountability, act, action, activity, advance, advancement, adviser, affair, agent и пр.)
9. Может ли помочь переводчику словарь словосочетаемости на английском языке при переводе текста на русский? Дайте пример.
10. Помогает ли словарь словосочетаемости ориентироваться в речи на английском языке?

11. Как представлена словарная статья на business в плане словосочетаемости в указанном словаре? Проанализировали вы этот пример? Что вам дал такой анализ? Какие выводы вы сделали?
12. Что показывает словарь В.Н. Крупнова «Язык делового общения» с точки зрения словосочетаемости? Важно ли владеть словосочетаемостью?

Задание. Переведите на русский язык следующие предложения в виде set phrases.

1. Beyond the refining of the test payments, the Educational Testing Service *is not liable for any* inconvenience, expense or other personal damages incurred by exams because of a test date change.
2. From 1996 to 2000 he *held the Chair of* Technical Mechanics in the Technological Academy.
3. This aspect *needs further investigation*.
4. *Patent pending*
5. The sharp drop in the temperature in the transitional point is *a dramatic indication* of an abrupt change in the state of film.
6. The agreement *lends confidence* that everything will be fine.
7. In this paper *a comprehensive review* of the subject can be found.
8. The authors presented *a thorough study of* this question.
9. The *execution of the order* may be held up.
10. *Public diplomacy* is often practised.
11. When a politician travels from one country to another a number of times it is called *a shuttle diplomacy*.
12. How can you define the term "*gun-boat diplomacy*"?
13. The managing director is a person who *is in charge of the daily management of a company*.
14. *A deed* is a document that has been signed, sealed and delivered.
15. The Eurocheque is a cheque *drawn on a European bank* and that it available in many countries.
16. Do you know what the term *lump-sum benefit* means?
17. *A journal entry* is a recording of a certain transaction in the book of account (journal).
18. *A wild-cat strike* is a strike not sanctioned by the trade-union.
19. By the term *the golden handcuff we* mean the employment contract that locks management in and dissuades them from leaving the company.
20. *A hedging instrument* is an instrument of hedging used by investors to balance any risk of losing money with other investments they hold.

21. The mentioned period of time *has expired*.
22. **By public supervision of banking we** mean a supervision of banking by the state.
23. By the expression *a run on a bank* we mean an action of a large number of people when a great many customers make massive withdrawals of funds.
24. The term *tax haven* means a country or independent area that has a *low rate of tax* and therefore offers *tax advantages* to individuals or companies.
25. The term *immovables* means immovable property.

2.17. Эллиптические конструкции и перевод

Поскольку эллиптические конструкции представляют собой проблему для перевода, то об этом явлении необходимо знать. Рассмотрим перевод следующего предложения: The students have very limited, if any, opportunity to speak Russian outside of school. Возможен такой перевод: «За пределами школы у студентов очень мало возможности говорить по-русски, *если вообще такая возможность возникает когда-либо*». Возникает вопрос: в чем состоит суть эллиптической конструкции?

Суть эллиптической конструкции состоит в том, чтобы передать тот намек, который в ней заключен. К числу наиболее часто встречающихся эллиптических конструкций относятся: if anything, if **only**, if at all, if any и пр. Чтобы определить *намек* в эллиптической конструкции, надо проанализировать смысл сообщения. Например, if at all *если вообще то-то и то-то произойдет, свершится...* Иногда эллиптические фразы в переводе относятся к концу: Some people speak languages that are rarely, if ever, taught. «Есть люди, которые могут говорить на языках, которым редко обучают, *если вообще им обучают*».

Вопросы

1. Что представляют собой эллиптические конструкции?
2. Для какого жанра они характерны?
3. Содержится ли в эллиптической конструкции определенный смысловой намек?
4. Свидетельствует ли эллиптическая конструкция об определенном приеме выражения мысли автором?
5. Часто ли в практике вашей переводческой деятельности встречались эллиптические конструкции?

Задание. Переведите на русский следующие предложения, содержащие эллиптические конструкции.

1. I do not believe for one moment that a merger of our armed services would save the taxpayer one thin dime. *If anything*, I am sure that the merger might bring about greater expenditure.
2. In general she has changed little, *if at all*, in the two years of her absence.
3. Some people speak languages that are rarely, *if ever*, taught.
4. The management was under pressure to put forward a new proposal and thus show its reaction to the demand of shareholders — *if only* for the sake of formality.
5. The country seems to have changed in the last four years, *if at all*.
6. The economy seems to have enjoyed three years of growth, *if any*.
7. Some critics worry that the fragile shoots of democracy, *if any*, may be crushed.
8. And we can state here, *if anything*, that the financial situation in the company is now less stable.
9. One of the goals was to break the power of this group, *if any*.
10. *If anything*, the latter group has wrenched control of the economic bureaucracy.

2.18. Обстоятельства в роли агента действия и проблемы перевода

Для английского языка характерно выражение мыслей таким образом, что в роли агента действия могут выступать обстоятельства. Например, по-английски мысль можно выразить таким образом: *The second half of the 15th century saw wars and conquests in Morocco*. Если переводить буквально, то получается «*Вторая половина XV века увидела ...*». Совершенно очевидно, что по-русски не принято выражать мысль таким образом. Следовательно, переводчик должен так сформулировать заданную в оригинале мысль, чтобы она выражалась естественно. Естественное выражение мысли — это одно из требований к переводчику. Поэтому мы переводим это предложение так: «*Во второй половине XV века наблюдались/произошли/имели место войны и завоевания в Марокко*».

Это характерное для русского языка построение мысли. Каждому языку свойственно свое построение мысли, свои обороты речи, свой стиль. Все это надо учитывать в переводе.

То же самое происходит и при переводе на английский. Например: На конференции *собрались* видные ученые. Можно, конечно, сделать такой перевод: *Prominent scientists got together at the conference*. Но можно прибегнуть и к использованию обстоятельства в виде агента действия: *The conference drew prominent scientists*. Или: *The conference drew attention of prominent scientists*. Мысль, как мы видим, та же, а сформулирована она по-другому.

Вопросы

Дайте ряд примеров на английском языке, когда обстоятельства употребляются в роли агента действия. (См. напр., задание.)

Трудно ли переводить предложения, которые построены таким образом? Например: *The post-war years have seen decisive advances in construction*.

Задание. Сформулируйте мысль по-русски так, чтобы перевод был естественным.

1. The post-war years *have seen* decisive advances in construction.
2. The graduate school training *saw* my development as a personality.
3. Bad weather *made* the plane land immediately.
4. The sophisticated training facilities *demand* careful handling.
5. The road *dictated* the way we should drive.
6. The history *saw* the events developing that way.
7. The competition *tested* the strength of the best athletes.

2.19. Перевод конструкций типа Nominative with the Infinitive

Существуют конструкции типа Nominative with the Infinitive, которые иногда вызывают трудности перевода. Это конструкции типа *he is said to know this man*. Перевести следует так: *говорят, что он знает этого человека*. Это наиболее часто встречающийся вариант перевода, и его следует знать. Так что если в предложениях встречаются конструкции типа *is believed, is considered, is expected, is heard, is known*, то переводить надо, начиная с *имеется предположение, что; считается, что* и т. д.

Вопросы

1. Часто ли встречаются конструкции типа *the building is reported to have been damaged in the air raid*?
2. Является ли данная конструкция компактной по своему построению?
3. Можно ли данную конструкцию превратить в предложение типа: *It is reported that the building has been damaged in the air raid*?
4. Считаете ли вы данную конструкцию эффективным приемом компактного выражения мысли?

Задание. Переведите нижеследующие предложения, начиная перевод с указанных выше конструкций *is known* и пр.

1. The government *is not expected* to announce its intentions earlier.
2. She *is expected* to take part in a political campaign.
3. The resolution *is believed* to have been adopted already.
4. The law *is believed* to be rejected.
5. The statement *is considered* to be ineffective.
6. He *was reported* to be preparing an account of the incident.
7. The decision for taking the deflationary measures and devaluation *is said* to have been unanimous.
8. The chronic gap between the country's imports and exports *appears* to have been reduced in August.
9. The building *is reported* to have been damaged in the air raid.

2.20. Пассивные конструкции и перевод

Иногда встречаются **пассивные конструкции**, перевод которых может представлять проблему для переводчика в том смысле, следует ли ему их сохранять или давать актив вместо пассива. Ответ здесь может быть такой: переводчик поступает таким образом, как того требует контекст, смысл текста. Например: *Such trifles should be put up with*. Ясно, что наиболее подходящий вариант здесь будет такой: *С такими пустяками следует примириться*.

Перевод пассивных конструкций, собственно говоря, не представляет особых трудностей, но может привести к нарушению норм речи на языке перевода, т. е. на русском языке. Например: *This complicated legal matter should be dealt with later*. Переводим, не меняя залога: «Этим сложным юридическим вопросом следовало бы *заняться* позже». Но можно дать более компактную формулировку: «Этот сложный юридический вопрос **можно рассмотреть** позже».

То есть речь идет о некоторых стилистических моментах. Совет здесь такой: если вы переводите с английского языка на русский, то по-английски мысль выражается естественно, **как** того требует коммуникация на английском.

Вопросы

1. Существует ли различие в употреблении пассива в английском и русском языках?
2. Важно ли учитывать это различие в практике перевода?
3. Если мы нарушаем правила речевого построения, влияет ли это на восприятие речи?

Задание. Переведите с английского на русский конструкции с пассивом, следуя общепринятому (для русского языка) способу выражения мысли.

1. The ship was lost sight of.
2. This room can't be entered.

3. This book is to be printed earlier.
4. This complicated legal case should be dealt with later.
5. Such election results are not to be wondered at.
6. His presence was taken no notice of.
7. I don't know why I am asked such a question.

2.21. «К вопросу о замене частей речи в переводе»

Замена частей речи в переводе, перестройка структуры предложения, разбивка сложносочиненного предложения на ряд простых и другие переводческие преобразования — все это предполагается совершать при творческой реализации акта перевода. В теоретической литературе это обычно относится к тем или иным методам перевода. Методы перевода, констатирует Р. К. Миньяр-Белоручев, «вырабатываются в процессе многолетней практики и в значительной степени зависят от вкусов, привычек и способностей переводчика. Но индивидуальное в методах перевода приходит вместе с опытом. Это индивидуальное дополняет или видоизменяет уже существующие методы в различных видах перевода, которые передаются из поколения в поколение или которым обучают в учебных заведениях»¹. Это разъяснение Р. К. Миньяр-Белоручева вполне распространяется и на передачу в переводе тех или иных частей речи.

Переводчик, действуя в рамках своей стратегии переводческих действий, сам, в соответствии со своими методами работы, решает, когда и в какой степени ему следует заменять те или иные части речи. Замена должна быть такой, чтобы достигался в результате соответствующий коммуникативный эффект.

Например, если по-английски сказано: *She had a quick cigarette to steady her nerves*, то ясно, что по-русски нельзя здесь допустить буквальный перевод: «Она имела *быструю сигарету*, чтобы успокоить свои нервы». «Уловив» мысль, переводчик далее должен передать эту мысль естественным для русского языка образом: «Она быстро выкурила сигарету, чтобы как-то успокоиться». Другими словами, сделанное нами преобразование естественно, оно как бы задано самим оригиналом. Если переводчик следует определенной стратегии в своих действиях, то он всегда сделает такое преобразование.

¹ Миньяр-Белоручев Р.К. Общая теория перевода и устный перевод. — М.: Воениздат, 1980. — С. 155-156.

Вопросы

1. Использует ли переводчик все свои способности, реализуя стратегию перевода?
2. Если переводчик руководствуется стратегией перевода, то замена частей речи происходит естественно?
3. Что имеет в виду Р.К. Миньяр-Белоручев, говоря об индивидуальном в переводе? В чем это индивидуальное выражается?
4. Почему индивидуальное в переводе приходит вместе с опытом?
5. Когда вы делаете то или иное преобразование в процессе перевода, вы думаете о переводческих действиях как таковых?

Задание. Переведите следующие предложения, произведя необходимые замены.

1. I can't **forget** *foreign holidays*.
2. You can see a lot of new things **in** *foreign lands*.
3. He is **a foresighted person**.
4. It's **a harmful act**, my leg is broken and it needs treatment.
5. She had **a quick cigarette** to steady her nerves.
6. He is **an accomplished performer**.

2.22. Антонимия и перевод

Использование *антонимического перевода* — это давно известный прием в переводческой практике. Его суть состоит в том, что на русском языке дается конструкция, не повторяющая полностью английскую единицу, а в ином построении с точки зрения употребления отрицания. Например, возьмем фразу: *She wasn't looking too happy!*

Можно перевести эту фразу буквально: «Она *не выглядела очень счастливой!*» Хотя по-русски можно так сказать, но интуитивно переводчик чувствует, что может быть другой, более выразительный перевод: «Вид у нее был *довольно несчастный*».

Совершенно очевидно, что второй вариант — это вариант, характерный для разговорной русской речи, и именно он здесь вполне подходит. Таким образом через положительную форму в русском переводе передается смысл, который по-английски выражен с помощью отрицания.

Как и всегда, переводчик не должен «играть» в антонимию, но должен неизменно стремиться выразить мысль на ПЯ (переводящем языке) естественно. Поиск такого естественного речевого варианта и будет, как мы видим, наилучшей стратегией.

Б.Н. Климзо в книге «Ремесло технического переводчика» приводит ряд своих наблюдений, когда конструкции с отрицанием в одном языке могут быть переданы на другом языке иным образом. Приведем некоторые из этих примеров:

не быть обнаруженным	to escape detection
не внушать доверия	to be suspect
не выходить за пределы	to stay within; to be contained within the confines of
не допускать загрязнения	to keep dirt out; to keep smth free of dirt
не иметь себе равных	to be second to none
не находиться в эксплуатации	to be out of commission
не отставать от	to keep pace with
не позволять добиться большего улучшения	to leave less room for improvement

не превышать	to be less than
не придавать значения	to overlook
не принимать всерьез	to take lightly
не соглашаться с	to take issue with
не содержать	to be free of
не требовать пояснения	to be self-explanatory
не требовать разъяснений	to require little comment
не уступать	to be as good as
не являться	to be other than

Данные факты убедительно показывают, что данный прием перевода, бесспорно, находится в арсенале средств переводчика, но из этого, разумеется, не следует, что всякий раз, встретив такого рода конструкции, переводить их надо именно так. Как уже не раз указывалось, всякий раз переводчик взвешивает возникшую ситуацию, анализирует ее и лишь затем принимает решение, руководствуясь контекстом. Скажем, фраза «не соглашаться», хотя и может в ряде контекстов быть переведена как *to take issue with*, в то же время часто все же переводится (несмотря на указанную выше возможность) как **not to agree with, to disagree with** и т.д. То есть надо принимать в расчет и характер используемой автором лексики, и характер статьи, и учитывать частотность употребления в речи тех или иных единиц. Переводческие действия требуют учета всех особенностей оригинала.

Далее следует отметить и то, что и в других единицах, например, как замечает Б.Н. Климзо, при переводе прилагательных, могут проявляться те же особенности. Ср.: *невооруженный глаз* — *naked eye*, *нерасчетный* — *off-design* и пр.

В пособии «Курс перевода»¹ мы показываем, что антонимия — весьма частый прием, который используется и при переводе разговорных фраз. Ср.:

Не кладите трубку!	— Hang on, please!
Не ходите по газонам!	— Keep off the grass!
На солнце не лежать!	— Stay out of the sun!

См.: *Крупное В.Н.* Курс перевода. —М.: Междунар. отношения, 1979.

Вопросы

1. Что имеется в виду под антонимическим переводом?
2. Правильно ли будет утверждать, что антонимический перевод также вытекает из стратегии переводческих действий?
3. Почему переводчик не всегда довольствуется первым полученным вариантом перевода?
4. Почему переводчик иногда вынужден перебирать ряд построений мысли, прежде чем он сделает окончательный выбор?
5. Что означает фраза «переводчик не должен играть в антонимию»?
6. Всегда ли переводчик должен стремиться к нахождению естественного речевого варианта?

Задание. Переведите следующие предложения на английский, используя прием антонимии.

1. Посторонним входить воспрещается (authorized personnel).
2. К двери не прислоняться (keep clear of).
3. Вид у нее был несчастный (not too happy).
4. Войска должны использоваться лишь в крайнем случае (troops shall not be used except).
5. **Не** лежать на солнце!
6. Смесь не содержит загрязнений (be free of)-
7. Линия не касается диагонали (off-diagonal).
8. Здесь не нужно большого обслуживания (low maintenance).
9. Глубина реки не такая, какой хотелось бы (less than desired).
10. Суд не придавал значения этому факту (overlook the importance of).

2.23. Конструкция с предлогом with и передача такой конструкции в переводе

Предложения (фразы) с предлогом with, которые иногда встречаются в английском языке и которые обладают достаточно большой смысловой самостоятельностью, *могут быть приравнены к самостоятельному предложению* и переведены соответствующим образом.

Например, мы должны перевести следующее предложение: *It was pretty depressing out in the street, with a gusty wind blowing in your face.* — На улице царил мрачная атмосфера. Сильные порывы ветра били прямо вам в лицо.

Вопросы

1. Часто ли в английском языке встречаются конструкции с предлогом with?
2. Достаточно ли самостоятельны в смысловом плане конструкции с предлогом with?
3. В каких случаях конструкция с предлогом with приравнивается к самостоятельному предложению и переводится как самостоятельное предложение (см. наш пример)?

Задание. Переведите предложения, содержащие фразы с with.

1. With his views now put on the record, he began to dwell in detail on his further plans.
2. With the editorial "Due process to juveniles published", the paper now highlighted other issues critical not only about the future of New York.
3. With the report now made public, the Congress may now demand an end of sanctions.
4. With the cabinet meeting being over, other government officials tried to patch over the problem.
5. With charges made, he was now free to leave.

2.24. Перевод грамматических конструкций типа **see smb do smth**, **see smb doing smth** и других аналогичных оборотов

Конструкции типа **see smb do smth**, **see smb doing smth** весьма часто встречаются в английском языке. Это же замечание относится и к обороту **Objective with the Infinitive**, например, *I want him to help me*. Для переводчиков-профессионалов данные построения в английском не представляют трудностей перевода, однако начинающие переводчики не всегда чувствуют себя достаточно уверенно при работе с конструкциями такого рода. Поэтому мы полагаем, что определенная переводческая тренировка здесь необходима.

Перевод осуществляется следующим образом.

I didn't hear you come in.	— Я не слышал, как вы вошли.
I saw Tom get into his car and drive away.	— Я видел, как Том сел в свой автомобиль и уехал.

То есть здесь сообщается об определенных действиях и о том, как и в каком порядке они происходили. Эти же моменты отражаются и в переводе. Тренировка в переводе конструкций такого рода должна снять все трудности перевода подобных оборотов.

Вопросы

1. Представляют ли конструкции такого рода особые трудности для перевода?
2. Представляют ли эти конструкции трудности для начинающих переводчиков?
3. Какие моменты отражаются в переводе в предложениях типа: *I saw Tom get into his car and drive away*?

Задание. Переведите следующие предложения с глаголами *see*, *hear*, *watch*, *feel*, **find** и др.

1. Liz **suddenly felt** something *touch* her on the shoulder.
2. Did you *notice* anyone *go* out?

3. I could *hear* it *raining*.
4. The missing boys were last *seen playing* near the river.
5. *Listen to* the birds *singing*!
6. Can you *smell* something *burning*?
7. I *found* Sue in my room *reading* my letters.
8. Did **anybody** *see* the accident *happen*?
9. *We listened to* the old man *tell* his story from beginning to end.
10. Listen! Can you **hear** the baby *crying*?
11. I looked out of the window and *saw* Tom on **his** bike *cycling* along the road.
12. **We** watched the two men *run* across the garden, *open* the windows and *climb* through it into the house.
13. Everybody *heard* the bomb *explode*.
14. Oh! I **can feel** something *crawling up* my leg!
15. I *heard* somebody *slam* the door in the middle of the night. It woke me up.
16. When we got home, **we** *found* a cat *sleeping* on the kitchen table.
17. I *want* you *to learn this piece* by heart.
18. I *expect* him *to finish* the project by the deadline.
19. I *like* people *to tell the truth*.
20. I *hate* you *to say* such things!
21. I *saw* the **plane** *fly* over the houses.
22. When the bombs were dropped I **felt** the earth *shake*.

2.25. Перевод текстов договоров с английского на русский: сравнение, рекомендации, комментарий

Чтобы научиться переводу деловой литературы, современному переводчику крайне полезно практиковаться в переводе коммерческой прессы, с одной стороны, и текстов договоров (контрактов), с другой, а также проводить сравнения оригиналов с переводами. Тем самым переводчик сможет не только погрузиться в тематику этих текстов, в стиль и манеру их написания, но и в ту терминологию, которая им свойственна.

Сравнение оригиналов и готовых переводов как быстрый и эффективный метод овладения жанром определенного рода рекомендуется методистами давно. Это помогает и в овладении техническим переводом, и бизнес-переводом, и литературным переводом¹.

С этой учебной целью мы предлагаем рассмотреть перевод, посвященный договорам международной купли-продажи товаров (Венская конвенция) 1980 года².

Part II Formation of the contract Article 14

(1) A proposal for concluding a contract addressed to one or more specific persons constitutes an offer if it is sufficiently definite and indicates the intention of the offeror to be

Часть II. Заключение договора Статья 14

(1) Предложение о заключении договора, адресованное одному или нескольким конкретным лицам, является офертой, если оно достаточно определено и выражает наме-

¹ См., например: *Крупное В.Н.* Лексикографические аспекты перевода: Учебное пособие для институтов и факультетов иностранных языков. — М.: Высш. шк., 1987. — С. 110–120. Для целей изучения особенностей перевода литературных текстов полезно использовать параллельные тексты в оригинале и переводе. См. например, книгу: *A.E. van Vogt, E. Mayne Hull.* The Wishes We Make and Other Stories/Составитель и переводчик Л.Д. Лебедева. — М.: Астрель. АСТ, 2002.

² В учебных целях здесь мы используем английский текст и перевод на русский язык части текста Венской конвенции 1980 года. См. публикации МТП. — М.: Изд-во «Консалтбанкир», 2002.

bound in case of acceptance. A proposal is sufficiently definite if it indicates the goods and expressly or implicitly fixes or makes provision for determining the quantity and the price.

- (2) A proposal other than one addressed to one or more specific persons is to be considered merely as an invitation to make offers, unless the contrary is clearly indicated by the person making the proposal.

Article 15

- (1) An offer becomes effective when it reaches the offeree.
- (2) An offer, even if it is irrevocable, may be withdrawn if the withdrawal reaches the offeree before or at the same time as the offer.

Article 16

- (1) Until a contract is concluded an offer may be revoked if the revocation reaches the offeree before he has dispatched an acceptance.
- (2) However, an offer cannot be revoked:
- (a) if it indicates, whether by stating a fixed time for acceptance or otherwise, that it is irrevocable; or

рение оферента считать себя связанным в случае акцепта. Предложение является достаточно определенным, если в нем обозначен товар и прямо или косвенно устанавливаются количество и цена либо предусматривается порядок их определения.

- (2) Предложение, адресованное неопределенному кругу лиц, рассматривается лишь как приглашение делать оферты, если только иное прямо не указано лицом, сделавшим такое предложение.

Статья 15

- (1) Оферта вступает в силу, когда она получена адресатом оферты.
- (2) Оферта, даже когда она является безотзывной, может быть отменена оферентом, если сообщение об отмене получено адресатом раньше, чем сама оферта, или одновременно с ней.

Статья 16

- (1) Пока договор не заключен, оферта может быть отозвана оферентом, если сообщение об отзыве будет получено адресатом оферты до отправки им акцепта.
- (2) Однако оферта не может быть отозвана:
- а) если в оферте указывается путем установления определенного срока для акцепта или иным образом, что она является безотзывной; или

- (b) if it was reasonable for the offeree to rely on the offer as being irrevocable and the offeree has acted in reliance on the offer.

Article 17

An offer, even if it is irrevocable, is terminated when a rejection reaches the offeror.

Article 18

- (1) A statement made by or other conduct of the offeree indicating assent to an offer is an acceptance. Silence or inactivity does not in itself amount to acceptance.
- (2) An acceptance of an offer becomes effective at the moment the indication of assent reaches the offeror. An acceptance is not effective if the indication of assent does not reach the offeror within the time he has fixed or, if no time is fixed, within a reasonable time, due account being taken of the circumstances of the transaction, including the rapidity of the means of communication employed by the offeror. An oral offer must be accepted immediately unless the circumstances indicate otherwise.
- (3) However, if, by virtue of the offer or as a result of practices which the parties have established between themselves or of usage, the offeree may indicate assent by performing

- b) если для адресата оферты было разумным рассмотреть оферту как безотзывную и адресат оферты действовал соответственно.

Статья 17

Оферта, даже когда она является безотзывной, утрачивает силу по получении оферентом сообщения об отклонении оферты.

Статья 18

- (1) Заявление или иное поведение адресата оферты, выражающее согласие с офертой, является акцептом. Молчание или бездействие сами по себе не являются акцептом.
- (2) Акцепт оферты вступает в силу в момент, когда указанное согласие получено оферентом. Акцепт не имеет силы, если оферент не получает указанного согласия в установленный им срок, а если срок не установлен, то в разумный срок, принимая при этом во внимание обстоятельства сделки, в том числе скорость использованных оферентом средств связи. Устная оферта должна быть акцептована немедленно, если из обстоятельств не следует иное.
- (3) Однако если в силу оферты или в результате практики, которую стороны установили в своих взаимных отношениях, или обычая адресат оферты может, не извещая офе-

an act, such as one relating to the dispatch of the goods or payment of the price, without notice to the offeror, the acceptance is effective at the moment the act is performed, provided that the act is performed within the period of time laid down in the preceding paragraph.

Article 19

- (1) A reply to an offer which purports to be an acceptance but contains additions, limitations or other modifications is a rejection of the offer and constitutes a counteroffer.
- (2) However, a reply to an offer which purports to be an acceptance but contains additional or different terms which do not materially alter the terms of the offer constitutes an acceptance, unless the offeror, without undue delay, objects orally to the discrepancy or dispatches a notice to that effect. If he does not so object, the terms of the contract are the terms of the offer with the modifications contained in the acceptance.
- (3) Additional or different terms relating, among other things, to the price, payment, quality and quantity of the goods, place and time of delivery, extent of one party's liability to the other or the settlement

рента, выразить согласие путем совершения какого-либо действия, в частности действия, относящегося к отправке товара или уплате цены, акцепт вступает в силу в момент совершения такого действия, при условии что оно совершено в пределах срока, предусмотренного в предыдущем пункте.

Статья 19

- (1) Ответ на оферту, который имеет целью служить акцептом, но содержит дополнения, ограничения или иные изменения, является отклонением оферты и представляет собой встречную оферту.
- (2) Однако ответ на оферту, который имеет целью служить акцептом, но содержит дополнительные или отличные условия, не меняющие существенно условий оферты, является акцептом, если только оферент без неоправданной задержки не возразит устно против этих расхождений или не направит уведомление об этом. Если он этого не сделает, то условиями договора будут являться условия оферты с изменениями, содержащимися в акцепте.
- (3) Дополнительные или отличные условия в отношении, среди прочего, цены, платежа, качества и количества товара, места и срока поставки, объема, ответственности одной из сторон перед другой

of disputes **are** considered to alter the terms of the offer materially.

Article 20

- (1) A period of time of acceptance fixed by the offeror in a telegram or a letter begins to run from the moment the telegram is handed in for dispatch or from the date shown on the letter or, if no such date is shown, from the date shown on the envelope. A period of time for acceptance fixed by the offeror by telephone, telex or other means of instantaneous communication, begins to run from the moment that the offer reaches the offeree.
- (2) Official holidays or non-business days occurring during the period for acceptance are included in calculating the period. However, if a notice of acceptance cannot be delivered at the address of the offeror on the last day of the period because that day falls on an official holiday or a non-business day at the place of business of the offeror, the period is extended until the first business day which follows.

Article 21

- (1) A late acceptance is nevertheless effective as an acceptance if without delay the offeror orally so informs the

или разрешения споров считаются существенно изменяющими условия оферты.

Статья 20

- (1) Течение срока для акцепта, установленного оферентом в телеграмме или письме, начинается с момента сдачи телеграммы для отправки или с даты, указанной в письме, или, если такая дата не указана, с даты, указанной на конверте. Течение срока для акцепта, установленного оферентом по телефону, телеграфу или при помощи других средств моментальной связи, начинается с момента получения оферты ее адресатом.
- (2) Государственные праздники или нерабочие дни, имеющие место в течение срока для акцепта, не исключаются при исчислении этого срока. Однако, если извещение об акцепте не может быть доставлено по адресу оферента в последний день указанного срока вследствие того, что этот день в месте нахождения коммерческого предприятия оферента приходится на государственный праздник или нерабочий день, срок продлевается до первого следующего рабочего дня.

Статья 21

- (1) Запоздавший акцепт тем не менее сохраняет силу акцепта, если оферент без промедления известит об этом адре-

offeree or dispatches a notice to that effect.

- (2) If a letter or other writing containing a late acceptance shows that it has been sent in such circumstances that if its transmission had been normal it would have reached the offeror in due time, the late acceptance is effective as an acceptance unless, without delay, the offeror orally informs the offeree that he considers his offer as having lapsed or dispatches a notice to that effect.

Article 22

An acceptance may be withdrawn if the withdrawal reaches the offeror before or at the same time as the acceptance would have become effective.

Article 23

A contract is concluded at the moment when an acceptance of an offer becomes effective in accordance with the provisions of this Convention.

Article 24

For the purposes of this Part of the Convention, an offer, declaration of acceptance or any other indication of intention "reaches" the addressee when it is made orally to him or delivered by any other means to him personally, to his place of business

сателя оферты устно или направит ему соответствующее уведомление.

- (2) Когда из письма или иного письменного сообщения, содержащего запоздавший акцепт, видно, что оно было отправлено при таких обстоятельствах, что, если бы его пересылка была нормальной, оно было бы получено своевременно, запоздавший акцепт сохраняет силу акцепта, если только оферент без промедления не известит адресата оферты устно, что он считает свою оферту утратившей силу, или не направит ему уведомление об этом.

Статья 22

Акцепт может быть отменен, если сообщение об отмене получено оферентом раньше того момента или в тот же момент, когда акцепт должен был бы вступить в силу.

Статья 23

Договор считается заключенным в момент, когда акцепт оферты вступает в силу в соответствии с положениями настоящей Конвенции.

Статья 24

Для целей части II настоящей Конвенции оферта, заявление об акцепте или любое другое выражение намерения считаются «полученными» адресатом, когда они сообщены ему устно или доставлены любым способом ему лично, на его коммерческое

or mailing address or, if he does not have a place of business or mailing address, to his habitual residence.

Part III Sale of goods

CHAPTER I

GENERAL PROVISIONS

Article 25

A breach of contract committed by one of the parties is fundamental if it results in such detriment to the other party as substantially to deprive him of what he is entitled to expect under the contract, unless the party in breach did not foresee and a reasonable person of the same kind in the same circumstances would not have foreseen such a result.

Article 26

A declaration of avoidance of the contract is effective only if made by notice to the other party.

Article 27

Unless otherwise expressly provided in this Part of the Convention, if any notice, request or other communication is given or made by a party in accordance with this Part and by means appropriate in the circumstances, a delay or error in the transmis-

предприятие или по его почтовому адресу либо, если он не имеет коммерческого предприятия или почтового адреса, — по его постоянно-му месту жительства.

Часть III. Купля-продажа товаров ГЛАВА I.

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 25

Нарушение договора, допущенное одной из сторон, является существенным, если оно влечет за собой такой вред для другой стороны, что последняя в значительной степени лишается того, на что была вправе рассчитывать на основании договора, за исключением случаев, когда нарушившая договор сторона не предвидела такого результата и разумное лицо, действующее в том же качестве при аналогичных обстоятельствах, не предвидело бы его.

Статья 26

Заявление о расторжении договора имеет силу лишь в том случае, если оно сделано другой стороной посредством извещения.

Статья 27

Поскольку иное прямо не предусмотрено в части III настоящей Конвенции, в случае если извещение, запрос или иное сообщение даны или сделаны стороной в соответствии с частью III и средствами, надлежащими при данных обстоятельствах,

sion of the communication or its failure to arrive does not deprive that party of the right to rely on the communication.

Article 28

If, in accordance with the provisions of this Convention, one party is entitled to require performance of any obligation by the other party, a court is not bound to enter a judgement for specific performance unless the court would do so under its own law in respect of similar contracts of sale not governed by this Convention.

Article 29

- (1) A contract may be modified or terminated by the mere agreement of the parties.
- (2) A contract in writing which contains a provision requiring any modification or termination by agreement to be in writing may not be otherwise modified or terminated by agreement. However, a party may be precluded by his conduct from asserting such a provision to the extent that the other party has relied on that conduct.

задержка или ошибка в передаче сообщения либо его недоставка по назначению не лишают эту сторону права ссылаться на свое сообщение.

Статья 28

Если в соответствии с положениями настоящей Конвенции одна из сторон имеет право потребовать исполнения какого-либо обязательства другой стороной, суд не будет обязан выносить решение об исполнении в натуре, кроме случаев, когда он сделал бы это на основании своего собственного закона в отношении аналогичных договоров купли-продажи, не регулируемых настоящей Конвенцией.

Статья 29

- (1) Договор может быть изменен или прекращен путем простого соглашения сторон.
- (2) Письменный договор, в котором содержится положение, требующее, чтобы любое изменение договора или его прекращение соглашением сторон осуществлялись в письменной форме, не может быть иным образом изменен или прекращен соглашением сторон. Однако поведение стороны может исключить для нее возможность ссылаться на указанное положение в той мере, в какой другая сторона полагалась на такое поведение.

**CHAPTER II
OBLIGATIONS OF THE
SELLER**

Article 30

The seller must deliver the goods, hand over any documents relating to them and transfer the property in the goods, as required by the contract and this Convention.

Section I

Delivery of the goods and handing over of documents

Article 31

If the seller is not bound to deliver the goods at any other particular place, his obligation to deliver consists:

- (a) if the contract of sale involves carriage of the goods — in handing the goods over to the first carrier for transmission to the buyer;
- (b) if, in cases not within the preceding subparagraph, the contract relates to specific goods, or unidentified goods to be drawn from a specific stock or to be manufactured or produced, and at the time of the conclusion of the contract the parties knew that the goods were at, or were to be manufactured or produced at, a particular place — in placing the goods at the buyer's disposal at that place;

**ГЛАВА II.
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПРОДАВЦА**

Статья 30

Продавец обязан поставить товар, передать относящиеся к нему документы и передать право собственности на товар в соответствии с требованиями договора и настоящей Конвенции.

Раздел I.

Поставка товара и передача документов

Статья 31

Если продавец не обязан поставить товар в какое-либо определенное место, его обязательство по поставке заключается:

- а) если договор купли-продажи предусматривает перевозку товара — в сдаче товара первому перевозчику для передачи покупателю;
- б) в случаях, не подпадающих под действие предыдущего подпункта, договор касается товара, определенного индивидуальными признаками, или неиндивидуализированного товара, который должен быть взят из определенных запасов либо изготовлен или произведен, и стороны в момент заключения договора знали о том, что товар находится либо должен быть изготовлен или произведен в определенном месте, — в предоставлении товара в распоряжение покупателя в этом месте;

(c) in other cases — in placing the goods at the buyer's disposal at the place where the seller had his place of business at the time of the conclusion of the contract.

Article 32

- (1) If the seller, in accordance with the contract or this Convention, hands the goods over to a carrier and if the goods are not clearly identified to the contract by markings on the goods, by shipping documents or otherwise, the seller must give the buyer notice of the consignment specifying the goods.
- (2) If the seller is bound to arrange for carriage of the goods, he must make such contracts as are necessary for carriage to the place fixed by means of transportation appropriate in the circumstances and according to the usual terms for such transportation.
- (3) If the seller is not bound to effect insurance in respect of the carriage of the goods, he must, at the buyer's request, provide him with all available information necessary to enable him to effect such insurance.

Article 33

The seller must deliver the goods:

- (a) if a date is fixed by or determinable from the contract, on that date;

с) в других случаях — в предоставлении товара в распоряжение покупателя в месте, где в момент заключения договора находилось коммерческое предприятие продавца.

Статья 32

- (1) Если продавец в соответствии с договором или настоящей Конвенцией передает товар перевозчику и если товар четко не идентифицирован для целей договора путем маркировки, посредством отгрузочных документов или иным образом, продавец должен дать покупателю извещение об отправке с указанием товара.
- (2) Если продавец обязан обеспечить перевозку товара, он должен заключить такие договоры, которые необходимы для перевозки товара в место назначения надлежащими способами транспортировки и на условиях, обычных для такой транспортировки.
- (3) Если продавец не обязан застраховать товар при его перевозке, он должен по просьбе покупателя представить ему всю имеющуюся информацию, необходимую для осуществления такого страхования покупателем.

Статья 33

Продавец должен поставить товар:

- а) если договор устанавливает или позволяет определить дату поставки — в эту дату;

- (b) if a period of time is fixed by or determinable from the contract, at any time within that period unless circumstances indicate that the buyer is to choose a date; or
- (c) in any other case, within a reasonable time after the conclusion of the contract.

Article 34

If the seller is bound to hand over documents relating to the goods, he must hand them over at the time and place and in the form required by the contract. If the seller has handed over documents before that time, he may, up to that time, cure any lack of conformity in the documents, if the exercise of this right does not cause the buyer unreasonable inconvenience or unreasonable expense. However, the buyer retains any right to claim damages as provided for in this Convention.

Section II

Conformity of **the** goods and third party claims**Article 35**

- (1) The seller must deliver goods which are of the quantity, quality and description required by the contract and which are contained or packaged in the manner required by the contract.

- b) если договор устанавливает или позволяет определить период времени для поставки — в любой момент в пределах этого периода, поскольку из обстоятельств не следует, что дата поставки назначается покупателем; или
- c) в любом другом случае — в разумный срок после заключения договора.

Статья 34

Если продавец обязан передать документы, относящиеся к товару, он должен сделать это в срок, в месте и в форме, требуемых по договору. Если продавец передал документы ранее указанного срока, он может до истечения этого срока устранять любое несоответствие в документах при условии, что осуществление им этого права не причиняет покупателю неразумных неудобств или неразумных расходов. Покупатель, однако, сохраняет право потребовать возмещения убытков в соответствии с настоящей Конвенцией.

Раздел II.

Соответствие товара и права третьих лиц

Статья 35

- (1) Продавец должен поставить товар, который по количеству, качеству и описанию соответствует требованиям договора и который затарирован или упакован так, как это требуется по договору.

- (2) Except where the parties have agreed otherwise, the goods do not conform with the contract unless they:
- (a) are fit for the purposes for which goods of the same description would ordinarily be used;
- (b) are fit for any particular purpose expressly or impliedly made known to the seller at the time of the conclusion of the contract, except where the circumstances show that the buyer did not rely, or that it was unreasonable for him to rely, on the seller's skill and judgement;
- (c) possess the qualities of goods which the seller has held out to the buyer as a sample or model;
- (d) are contained or packaged in the manner usual for such goods or, where there is no such manner, in a manner adequate to preserve and protect the goods.
- (3) The seller is not liable under subparagraphs (a) to (d) of the preceding paragraph for any lack of conformity of the goods if at the time of the conclusion of the contract the buyer knew or could not have been unaware of such lack of conformity.
- Article 36
- (1) The seller is liable in accordance with the contract and
- (2) За исключением случаев, когда стороны договорились об ином, товар не соответствует договору, если он:
- a) не пригоден для тех целей, для которых товар **того** же описания обычно используется;
- b) не пригоден для любой конкретной цели, о которой продавец прямо или косвенно был поставлен в известность во время заключения договора, за исключением тех случаев, когда из обстоятельств следует, что покупатель не полагался или что для него было неразумным полагаться на компетентность и суждения продавца;
- c) не обладает качествами товара, представленного продавцом покупателю в качестве образца или модели;
- d) не затарирован или не упакован обычным для таких товаров способом, а при отсутствии такового — способом, который является надлежащим для сохранения и защиты данного товара.
- (3) Продавец не несет ответственности на основании подпунктов «a»–«d» предыдущего пункта за любое несоответствие товара, если во время заключения договора покупатель знал или не мог не знать о таком несоответствии.
- Статья 36
- (1) Продавец несет ответственность по договору и по на-

this Convention for any lack of conformity which exists at the time when the risk passes to the buyer, even though the lack of conformity becomes apparent only after that time.

- (2) The seller is also liable for any lack of conformity which occurs after the time indicated in the preceding paragraph and which is due to a breach of any of his obligations, including a breach of any guarantee that for a period of time the goods will remain fit for their ordinary purpose or for some particular purpose or will retain specified qualities or characteristics.

Article 37

If the seller has delivered goods before the date for delivery, he may, up to that date, deliver any missing part or make up any deficiency in the quantity of the goods delivered, or deliver goods in replacement of any non-conforming goods delivered or remedy any lack of conformity in the goods delivered; provided that the exercise of this right does not cause the buyer unreasonable inconvenience or unreasonable expense. However, the buyer retains any right to claim damages as

стоящей Конвенции за любое несоответствие товара, которое существует в момент перехода риска на покупателя, даже если это несоответствие становится очевидным только позднее.

- (2) Продавец также несет ответственность за любое несоответствие товара, которое возникает после момента, указанного в предыдущем пункте, и является следствием нарушения им любого своего обязательства, включая нарушение любой гарантии того, что в течение того или иного срока товар будет оставаться пригодным для обычных целей или какой-либо конкретной цели либо будет сохранять обусловленные качества или свойства.

Статья 37

В случае досрочной поставки продавец сохраняет право до наступления предусмотренной для поставки даты поставить недостающую часть или количество товара либо новый товар взамен поставленного товара, который не соответствует договору, либо устранить любое несоответствие в поставленном товаре при условии, что осуществление им этого права не причиняет покупателю неразумных неудобств или неразумных расходов. Покупатель, однако, сохраняет право потребовать возмещения убыт-

provided for in this Convention.

Article 38

- (1) The buyer must examine the goods, or cause them to be examined, within as short a period as is practicable in the circumstances.
- (2) If the contract involves carriage of the goods, examination may be deferred until after the goods have arrived at their destination.
- (3) If the goods are redirected in transit or redispached by the buyer without a reasonable opportunity for examination by him and at the time of the conclusion of the contract the seller knew or ought to have known of the possibility of such redirection or redispach, examination may be deferred until after the goods have arrived at the new destination.

Article 39

- (1) The buyer loses the right to rely on a lack of conformity of the goods if he does not give notice to the seller specifying the nature of the lack of conformity within a reasonable time after he has discovered it or ought to have discovered it.
- (2) In any event, the buyer loses the right to rely on a lack of conformity of the goods if he does not give the seller notice

ков в соответствии с настоящей Конвенцией.

Статья 38

- (1) Покупатель должен осмотреть товар или обеспечить его осмотр в такой короткий срок, который практически возможен при данных обстоятельствах.
- (2) Если договором предусматривается перевозка товара, осмотр может быть отложен до прибытия товара в место его назначения.
- (3) Если место назначения товара изменено во время его нахождения в пути или товар переотправлен покупателем и при этом покупатель не имел разумной возможности осмотреть его, а продавец во время заключения договора знал или должен был знать о возможности такого изменения или такой переотправки, осмотр товара может быть отложен до его прибытия в новое место назначения.

Статья 39

- (1) Покупатель утрачивает право ссылаться на несоответствие товара, если он не дает продавцу извещения, содержащего данные о характере несоответствия, в разумный срок после того, как оно было или должно было быть обнаружено покупателем.
- (2) В любом случае покупатель утрачивает право ссылаться на несоответствие товара, если он не дает продавцу из-

thereof at the latest within a period of two years from the date on which the goods were actually handed over to the buyer, unless this time-limit is inconsistent with a contractual period of guarantee.

Article 40

The seller is not entitled to rely on the provisions of articles 38 and 39 if the lack of conformity relates to facts of which he knew or could not have been unaware and which he did not disclose to the buyer.

Article 41

The seller must deliver goods which are free from any right or claim of a third party, unless the buyer agreed to take the goods subject to that right or claim. However, if such right or claim is based on industrial property or other intellectual property, the seller's obligation is governed by article 42.

Article 42

(1) The seller must deliver goods which are free from any right or claim of a third party based on industrial property or other intellectual property, of which at the time of the conclusion of the contract the seller knew or could not have been unaware, provided that the right or claim is based on

вещения о нем не позднее, чем в пределах двухлетнего срока, считая с даты фактической передачи товара покупателю, поскольку **ЭТОТ** срок не противоречит договорному сроку гарантии.

Статья 40

Продавец не вправе ссылаться на положения статей 38 и 39, если несоответствие товара связано с фактами, о которых он знал или не мог не знать и о которых он не сообщил покупателю.

Статья 41

Продавец обязан поставить товар свободным от любых прав или притязаний третьих лиц, за исключением тех случаев, когда покупатель согласился принять товар, обремененный таким правом или притязанием. Однако если такие права или притязания основаны на промышленной собственности или другой интеллектуальной собственности, то обязательство продавца регулируется статьей 42.

Статья 42

(1) Продавец обязан поставить товар свободным от любых прав или притязаний третьих лиц, которые основаны на промышленной собственности или другой интеллектуальной собственности, о которых в момент заключения договора продавец знал или не мог не знать, при условии

industrial property or other intellectual property:

- (a) under the law of the State where the goods will be resold or otherwise used, if it was contemplated by the parties at the time of the conclusion of the contract that the goods would be resold or otherwise used in that State; or
 - (b) in any other case, under the law of the State where the buyer has his place of business.
- (2) The obligation of the seller under the preceding paragraph does not extend to cases where:
- (a) at the time of the conclusion of the contract the buyer knew or could not have been unaware of the right or claim; or
 - (b) the right or claim results from the seller's compliance with technical drawings, designs, formulae or other such specifications furnished by the buyer.

Article 43

(1) The buyer loses the right to rely on the provisions of article 41 or article 42 if he does not give notice to the seller specifying the nature of the right or claim of the third party within a reasonable time after he has become

что такие права или притязания основаны на промышленной собственности или другой интеллектуальной собственности:

- a) по закону государства, где товар будет перепродаваться или иным образом использоваться, если в момент заключения договора стороны предполагали, что товар будет перепродаваться или иным образом использоваться в этом государстве; или
 - b) в любом другом случае — по закону государства, в котором находится коммерческое предприятие покупателя.
- (2) Обязательство продавца, предусмотренное в предыдущем пункте, не распространяется на случаи, когда:
- a) в момент заключения договора покупатель знал или не мог не знать о таких правах или притязаниях; или
 - b) такие права или притязания являются следствием соблюдения продавцом технических чертежей, проектов, формул или **иных исходных данных**, представленных покупателем.

Статья 43

(1) Покупатель утрачивает право ссылаться на положения статьи 41 или статьи 42, если он не дает продавцу извещения, содержащего данные о характере права или притязания третьего лица, в разумный срок после того, как он

aware or ought to have become aware of the right or claim.

- (2) The seller is not entitled to rely on the provisions of the preceding paragraph if he knew of the right or claim of the third party and the nature of it.

Article 44

Notwithstanding the provisions of paragraph (1) of article 39 and paragraph (1) of article 43, the buyer may reduce the price in accordance with article 50 or claim damages, except for loss of profit, if he has a reasonable excuse for his failure to give the required notice.

Section III

Remedies for breach of contract by the seller

Article 45

- (1) If the seller fails to perform any of his obligations under the contract or this Convention, the buyer may:
- exercise the rights provided in articles 46 to 52;
 - claim damages as provided in articles 74 to 77.
- (2) The buyer is not deprived of any right he may have to claim damages by exercising his right to other remedies.

узнал или должен был узнать о таком праве или притязании.

- (2) Продавец не вправе ссылаться на положения предыдущего пункта, если он знал о праве или притязании третьего лица и о характере такого права или притязания.

Статья 44

Несмотря на положения пункта 1 статьи 39 и пункта 1 статьи 43, покупатель может снизить цену в соответствии со статьей 50 или потребовать возмещения убытков, за исключением упущенной выгоды, если у него имеется разумное оправдание того, почему он не дал требуемого извещения.

Раздел III.

Средства правовой защиты в случае нарушения договора продавцом

Статья 45

- (1) Если продавец не исполняет какого-либо из своих обязательств по договору или по настоящей Конвенции, покупатель может:
- осуществить права, предусмотренные в статьях 46—52;
 - потребовать возмещения убытков, как это предусмотрено в статьях 74—77.
- (2) Осуществление покупателем своего права на другие средства правовой защиты не лишает его права требовать возмещения убытков.

- (3) No period of grace may be granted to the seller by a court or arbitral tribunal when the buyer resorts to a remedy for breach of contract.

Article 46

- (1) The buyer may require performance by the seller of his obligations unless the buyer has resorted to a remedy which is inconsistent with this requirement.
- (2) If the goods do not conform with the contract, the buyer may require delivery of substitute goods only if the lack of conformity constitutes a fundamental breach of contract and a request for substitute goods is made either in conjunction with notice given under article 39 or within a reasonable time thereafter.

- (3) If the goods do not conform with the contract, the buyer may require the seller to remedy the lack of conformity by repair, unless this is unreasonable having regard to all the circumstances. A request for repair must be made either in conjunction with notice given under article 39 or within a reasonable time thereafter.

- (3) Никакая отсрочка не может быть предоставлена продавцу судом или арбитражем, если покупатель прибегает к какому-либо средству правовой защиты от нарушения договора.

Статья 46

- (1) Покупатель может потребовать исполнения продавцом своих обязательств, если только покупатель не прибег к средству правовой защиты, не совместимому с таким требованием.
- (2) Если товар не соответствует договору, покупатель может потребовать замены товара только в том случае, когда это несоответствие составляет существенное нарушение договора и требование о замене товара заявлено либо одновременно с извещением, данным в соответствии со статьей 39, либо в разумный срок после него.
- (3) Если товар не соответствует договору, покупатель может потребовать от продавца устранить это несоответствие путем исправления, за исключением случаев, когда это является неразумным с учетом всех обстоятельств. Требование об устранении несоответствия товара договору должно быть заявлено либо одновременно с извещением, данным в соответствии со статьей 39, либо в разумный срок после него.

Article 47

- (1) The buyer may fix an additional period of time of reasonable length for performance by the seller of his obligations.
- (2) Unless the buyer has received notice from the seller that he will not perform within the period so fixed, the buyer may not, during that period, resort to any remedy for breach of contract. However, the buyer is not deprived thereby of any right he may have to claim damages for delay in performance.

Article 48

- (1) Subject to article 49, the seller may, even after the date for delivery, remedy at his own expense any failure to perform his obligations, if he can do so without unreasonable delay and without causing the buyer unreasonable inconvenience or uncertainty of reimbursement by the seller of expenses advanced by the buyer. However, the buyer retains any right to claim damages as provided for in this Convention.
- (2) If the seller requests the buyer to make known whether he

Статья 47

- (1) Покупатель может установить дополнительный срок разумной продолжительности для исполнения продавцом своих обязательств.
- (2) За исключением случаев, когда покупатель получил извещение от продавца о том, что он не осуществит исполнения в течение установленного таким образом срока, покупатель не может в течение этого срока прибегать к каким-либо средствам правовой защиты от нарушения договора. Покупатель, однако, не лишается тем самым права требовать возмещения убытков за просрочку в исполнении.

Статья 48

- (1) При условии соблюдения статьи 49 продавец может, даже после установленной для поставки даты, устранить за свой собственный счет любой недостаток в исполнении им своих обязательств, если это делается без неразумной задержки и не создавая для покупателя неразумных неудобств или неопределенности в отношении компенсации продавцом расходов, понесенных покупателем. Покупатель, однако, сохраняет право требовать возмещения убытков в соответствии с настоящей Конвенцией.
- (2) Если продавец просит покупателя сообщить, примет ли

will accept performance and the buyer does not comply with the request within a reasonable time, the seller may perform within the time indicated in his request. The buyer may not, during that period of time, resort to any remedy which is inconsistent with performance by the seller.

- (3) A notice by the seller that he will perform within a specified period of time is assumed to include a request, under the preceding paragraph, that the buyer make known his decision.
- (4) A request or notice by the seller under paragraph (2) or (3) of this article is not effective unless received by the buyer.

Article 49

- (1) The buyer may declare the contract avoided:
 - (a) if the failure by the seller to perform any of his obligations under the contract or this Convention amounts to a fundamental breach of contract; or
 - (b) in case of non-delivery, if the seller does not deliver the goods within the additional period of time fixed by the buyer in accordance with paragraph (1) of article 47 or

он исполнение, и покупатель не выполняет этой просьбы в течение разумного срока, продавец может осуществить исполнение в пределах срока, указанного в его запросе. Покупатель не может в течение этого срока прибегать к какому-либо средству правовой защиты, не совместимому с исполнением обязательства продавцом.

- (3) Если продавец извещает покупателя о том, что он осуществит исполнение в пределах определенного срока, считается, что такое извещение включает также просьбу к покупателю сообщить о своем решении в соответствии с предыдущим пунктом.
- (4) Запрос или извещение со стороны продавца в соответствии с пунктами 2 и 3 настоящей статьи не имеют силы, если они не получены покупателем.

Статья 49

- (1) Покупатель может заявить о расторжении договора:
 - а) если неисполнение продавцом любого из его обязательств по договору или по настоящей Конвенции составляет существенное нарушение договора; или
 - б) в случае непоставки, если продавец не поставяет товар в течение дополнительного срока, установленного покупателем в соответствии с пунктом 1 статьи 47, или заявляет, что

declares that he will not deliver within the period so fixed.

- (2) However, in cases where the seller has delivered the goods, the buyer loses the right to declare the contract avoided unless he does so:
- (a) in respect of late delivery, within a reasonable time after he has become aware that delivery has been made;
- (b) in respect of any breach other than late delivery, within a reasonable time:
- (i) after he knew or ought to have known of the breach;
- (ii) after the expiration of any additional period of time fixed by the buyer in accordance with paragraph (1) of article 47, or after the seller has declared that he will not perform his obligations within such an additional period; or
- (Hi) after the expiration of any additional period of time indicated by the seller in accordance with paragraph (2) of article 48, or after the buyer has declared that he will not accept performances.

Article 50

If the goods do not conform with the contract and whether or not the price has already been paid, the buyer may reduce the price in the same propor-

ОН не осуществит поставки в течение установленного таким образом срока.

- (2) Однако в случае, когда продавец поставил товар, покупатель утрачивает право заявить о расторжении договора, если он не сделает этого:
- а) в отношении просрочки в поставке — в течение разумного срока после того, как он узнал о том, что поставка осуществлена;
- б) в отношении любого другого нарушения договора, помимо просрочки в поставке, — в течение разумного срока:
- (i) после того, как узнал или должен был узнать о таком нарушении;
- (ii) после истечения дополнительного срока, установленного покупателем в соответствии с пунктом 1 статьи 47, или после того, как продавец заявил, что он не исполнит своих обязательств в течение такого дополнительного срока; или
- (iii) после истечения любого дополнительного срока, указанного продавцом в соответствии с пунктом 2 статьи 48, или после того, как покупатель заявил, что он не примет исполнения.

Статья 50

Если товар не соответствует договору и независимо от того, была ли цена уже уплачена, покупатель может снизить цену в той же пропорции, в

tion as the value that the goods actually delivered had at the time of the delivery bears to the value that conforming goods would have had at that time. However, if the seller remedies any failure to perform his obligations in accordance with article 37 or article 48 or if the buyer refuses to accept performance by the seller in accordance with those articles, the buyer may not reduce the price.

Article 51

- (1) If the seller delivers only a part of the goods or if only a part of the goods delivered is in conformity with the contract, articles 46 to 50 apply in respect of the part which is missing or which does not conform.
- (2) The buyer may declare the contract avoided in its entirety only if the failure to make delivery completely or in conformity with the contract amounts to a fundamental breach of the contract.

Article 52

- (1) If the seller delivers the goods before the date fixed, the buyer may take delivery or refuse to take delivery.
- (2) If the seller delivers a quantity of goods greater than that provided for in the contract,

какой стоимость, которую фактически поставленный товар имел на момент поставки, соотносится со стоимостью, которую на тот же момент имел бы товар, соответствующий договору. Однако, если продавец устраняет недостатки в исполнении своих обязательств в соответствии со статьей 37 или статьей 48 или если покупатель отказывается принять исполнение со стороны продавца в соответствии с этими статьями, покупатель не может снизить цену.

Статья 51

- (1) Если продавец поставляет только часть товара или если только часть поставленного товара соответствует договору, положения статей 46—50 применяются в отношении недостающей части или части, не соответствующей договору.
- (2) Покупатель может заявить о расторжении договора в целом только в том случае, если частичное неисполнение или частичное несоответствие товара договору составляют существенное нарушение договора.

Статья 52

- (1) Если продавец поставляет товар до установленной даты, покупатель может принять поставку или отказаться от ее принятия.
- (2) Если продавец поставляет большее количество товара, чем предусмотрено догово-

the buyer may take delivery or refuse to take delivery of the excess quantity. If the buyer takes delivery of all or part of the excess quantity, he must pay for it at the contract rate.

CHAPTER III OBLIGATIONS OF THE BUYER

Article 53

The buyer must pay the price for the goods and take delivery of them as required by the contract and this Convention.

Section I

Payment of the price

Article 54

The buyer's obligation to pay the price includes taking such steps and complying with such formalities as may be required under the contract or any laws and regulations to enable payment to be made.

Article 55

Where a contract has been validly concluded but does not expressly or implicitly fix or make provision for determining the price, the parties are considered, in the absence of any indication to the contrary, to have impliedly made reference to the price generally charged at the time of the

ром, покупатель может принять поставку или отказаться от принятия поставки излишнего количества. Если покупатель принимает поставку всего или части излишнего количества, он должен уплатить за него по договорной ставке.

ГЛАВА III. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПОКУПАТЕЛЯ

Статья 53

Покупатель обязан уплатить цену за товар и принять поставку товара в соответствии с требованиями договора и настоящей Конвенции.

Раздел I.

Уплата цены

Статья 54

Обязательство покупателя уплатить цену включает принятие таких мер и соблюдение таких формальностей, которые могут требоваться, согласно договору или согласно законам и предписаниям, для того, чтобы сделать возможным осуществление платежа.

Статья 55

В тех случаях, когда договор был юридически действительным образом заключен, но в нем прямо или косвенно не устанавливается цена или не предусматривается порядок ее определения, считается, что стороны, при отсутствии какого-либо указания об ином, подразумевали ссылку на цену,

conclusion of the contract for such goods sold under comparable circumstances in the trade concerned.

Article 56

If the price is fixed according to the weight of the goods, in case of doubt it is to be determined by the net weight.

Article 57

(1) If the buyer is not bound to pay the price at any other particular place, he must pay it to the seller:

(a) at the seller's place of business; or

(b) if the payment is to be made against the handing over of the goods or of documents, at the place where the handing over takes place.

(2) The seller must bear any increase in the expenses incidental to payment which is caused by a change in his place of business subsequent to the conclusion of the contract.

Article 58

(1) If the buyer is not bound to pay the price at any other specific time he must pay it when the seller places either the goods or documents controlling their disposition at the buyer's disposal in accordance with the contract and this Convention. The seller may make such payment a

которая в момент заключения договора обычно взималась за такие товары, продававшиеся при сравнимых обстоятельствах в соответствующей области торговли.

Статья 56

Если цена установлена в зависимости от веса товара, то в случае сомнения она определяется по весу нетто.

Статья 57

(1) Если покупатель не обязан уплатить цену в каком-либо определенном месте, он должен уплатить ее продавцу:

a) в месте нахождения коммерческого предприятия продавца; или

b) если платеж должен быть произведен против передачи товара или документов — в месте их передачи.

(2) Увеличение расходов по осуществлению платежа, вызванное изменением после заключения договора местонахождения коммерческого предприятия продавца, относится на счет продавца.

Статья 58

(1) Если покупатель не обязан уплатить цену в какой-либо иной конкретный срок, он должен уплатить ее, когда продавец в соответствии с договором и настоящей Конвенцией передает либо сам товар, либо товарораспорядительные документы в распоряжение покупателя. Прода-

condition for handing over the goods or documents.

- (2) If the contract involves carriage of the goods, the seller may dispatch the goods on terms whereby the goods, or documents controlling their disposition, will not be handed over to the buyer except against payment of the price.
- (3) The buyer is not bound to pay the price until he has had an opportunity to examine the goods, unless the procedures for delivery or payment agreed upon by the parties are inconsistent with his having such an opportunity.

вещ может обусловить передачу товара или документов осуществлением такого платежа.

- (2) Если договор предусматривает перевозку товара, продавец может отправить его на условиях, в силу которых товар или товарораспорядительные документы не будут переданы покупателю иначе, как против уплаты цены.
- (3) Покупатель не обязан уплачивать цену до тех пор, пока у него не появилось возможности осмотреть товар, за исключением случаев, когда согласованный сторонами порядок поставки или платежа несовместим с ожиданием появления такой возможности.

Итак, сравнение параллельных текстов по коммерческой (договорной) тематике показывает, что при анализе и сравнении текстов в материалах такого рода можно увидеть решение многих переводческих проблем. Отсюда следует признать, что такого рода сравнения на двух языках крайне полезны как при отработке навыков специальных жанров, так и жанра общелитературного перевода. Как мы видим, понятие *contract formation* по-русски здесь передается как «заключение договора». Также широко используется выражение *conclusion of a contract*. Полезно знать характерную со словом *contract* словосочетаемость: *draw up/write/enter into/make/sign a contract*. Выражение *constitute an offer* означает «являться офертой»; *to be bound* здесь переведено «считать себя связанным». В юридических словарях рекомендуются иные варианты перевода: «обязанный, связанный обязательством»¹.

Выражение *to be bound contractually* означает «быть обязанным по контракту». Фраза *if it extremely or specifically fixes ...* яв-

Мамулян А.С., Кашкин С.Ю. Англо-русский полный юридический словарь. — М.: Советникъ, 1993. — С. 59.

ляется достаточно типичной для контрактов. Ср. выражение *to fix prices* «фиксировать цены». В то же время следует заметить, что глагол *fix* не является единственным в тех случаях, когда мы говорим о том, что что-то надо «фиксировать». Наряду с этим глаголом употребляются *to set, set forth, stipulate, make provision for, establish*.

Весьма любопытна фраза *unless the contrary is indicated in ...* Лучше запомнить, как принято эту фразу переводить в коммерческих документах: «если только иное прямо не указано в ...».

Приведем перевод еще ряда единиц такого рода:

<i>if it is not otherwise specified in a contract</i>	— если из договора не вытекает иное
<i>if the contract expressly stipulates</i>	— если из договора ясно вытекает
<i>unless otherwise specified by law</i>	— если иное не установлено законом
<i>unless otherwise specified by the agreement of the parties</i>	— если иное не установлено соглашением сторон

Следует также выписать те лексические единицы или фразы, перевод которых вам показался интересным.

Article 15.

Здесь, с нашей точки зрения, представляет интерес перевод выражения *to become effective* «вступать в силу». Это общепринятое решение. В качестве синонима на английском полезно знать фразу *to come into force*.

Полезно выписать выражение *an offer may be revoked* «оферта может быть отозвана». Также полезно знать выражение *to revoke a license* «отозвать лицензию».

Article 18.

Здесь интересно выражение *by virtue of* «в силу»; *by virtue of one's right* «в силу права» и т. д. Кстати сказать, в коммерческом и юридическом языке существует масса устойчивых выражений со словом *right*, смысл которых можно определить по юридическим словарям, а заодно и запомнить соответствующие штампы на русском языке, например: *right of action, right of choice, right of entry, right of future possession, right of literary property, right of ownership, right of passage, right of put and call, right of recovery,*

right of representation, right of retention, right of succession, right of use, right of way, right to adjudicate, right to buy or sell, right to decide, right to determine, right to dispose of property, right to enforce charge on property, right to precedence и др.

Переводчику следует помнить, что если в деловых текстах речь идет о юридических понятиях, то, как правило, они фиксированы, во всех словарях воспроизводятся в неизменном виде, и этот факт следует учитывать при переводе, и, следовательно, надо не предлагать свои версии и толкования, а использовать уже существующие штампы.

Иначе ваш перевод утратит документальный характер и не будет представлять собой строгий перевод договора (контракта).

Устойчивость терминологии прежде всего характерна для юридических, технических и коммерческих текстов, и переводчик всякий раз должен помнить об этом. На семинарах начинающие переводчики обычно спрашивают, а нельзя ли предложить свой перевод юридических терминов? Ответ дается такой: если уже есть устоявшиеся и отработанные в практике перевода термины, то они и должны использоваться, если они вполне вписываются в коммерческий или юридический контекст. То же самое можно сказать о военной терминологии, авиационной и т.д.

Article 19. Which *purports* to be an acceptance... «имеет целью служить акцептом».

Здесь глагол *purports* бесспорно представляет собой большой интерес для перевода. Переводчику следует выписывать случаи употребления этого глагола в контексте, чтобы лучше представлять себе те ситуации, когда и как этот глагол употребляется.

extent of the party's liability «ответственность одной из сторон».

Для термина *liable* характерна определенная устойчивая словосочетаемость. Так в юридических и коммерческих текстах встречаются единицы типа:

liable to attack, *liable to be discontinued*, *liable to be erroneous*, *liable to disappear*, *liable to expire*, *liable to prosecution*.

Article 20. Здесь обращает на себя внимание перевод терминов: *official holidays* — «государственные праздники», *non-business days* — «нерабочие дни».

Article 25. *breach of contract* «нарушение контракта».

Другими часто встречающимися терминами касательно действия контрактов (договоров) являются:

framework contract	— рамочный контракт
futures contract	— фьючерсный контракт
forward contract	— форвардный контракт
contract under seal	— контракт (договор) за печатью
consignment contract	— консигнационный контракт
contract for the supply of complete equipment	— контракт на поставку комплектного оборудования
negotiated contract	— контракт, заключенный в процессе (закрытых) переговоров
compensation contract	— контракт на компенсационных условиях
contract with long terms of delivery	— контракт с длительными сроками поставки
fixed price contract	— контракт с твердой ценой
voidable contract	— оспоримый контракт

Article 29.

Говоря о документах, употребляется фраза *handing over of documents* «вручение документов».

Другие полезные словосочетания со словом *documents*: *to draft*, *draw up*, *prepare*, *produce*, *write documents*.

Article 31. Следует обратить внимание на термин *subparagraph*. Он переводится как «подпункт». Термин *specific goods* означает не «специфические товары», а «товары, определенные отдельными признаками». Вообще же следует иметь в виду, что существуют специальные классификации товаров.

Article 32. В этой статье, по нашему мнению, следует обратить внимание на выражение *to effect insurance* «застраховать». В качестве синонима употребляется глагол *to insure*.

Article 37. С нашей точки зрения, интересен перевод термина *non-conforming goods* «товар, который не соответствует договору». Отсюда *lack of conformity* «несоответствие товара».

Article 39. Для термина *remedy* в смысле «решение проблемы» характерны такие словосочетания: *effective remedy*, *good remedy*, *correct remedy*. Что касается более специальных употребле-

ний, то это следующие: contractual remedy, judicial remedy, legal remedy, statutory remedy. Важно также знать глагольные обороты со словом remedies: to create, offer, afford *smb*, grant *smb*, provide *smb* with remedies.

Article 48. inconsistent with performance «несовместимый с исполнением обязательств».

Из приведенных выше наблюдений следует, что при переводе контрактов трудности бывают:

- а) терминологического характера;
- б) стилистического плана;
- в) трудности, связанные с изменением законодательства.

2.26. Перевод сложной финансовой документации с английского языка на русский. Проблемы терминологии. Сравнение, рекомендации, комментарий

Итак, выше мы видели, что перевод, например, текстов договоров сопряжен со многими трудностями, связанными со стилем текста (жесткие юридические формулировки, особые обороты и конструкции) и с достаточно трудной и не всегда существующей в словарях терминологией. В еще большей мере все вышесказанное относится к переводу финансовой документации, в которой *характер трудностей еще более возрастает* в связи с употреблением в тексте понятий, не принятых или малоизвестных в российской финансовой документации по причине того, что в течение многих десятилетий экономика России развивалась на основе других бухгалтерских, финансовых и экономических понятий и терминов. Таким образом, здесь трудности перевода и в плане понимания, и в плане передачи **понятого**.

Естественно, возникает вопрос: как же в таком случае наращивать переводчику свои знания? Ответ здесь такой: надо использовать *все источники знаний*, как-то: существующие книги по интересующей переводчика тематике, традиционные словари, вновь издаваемые словари, энциклопедии и справочники, издания с параллельными текстами, которые иногда, в эпоху XXI века, к счастью для переводчика, появляются в виде публикаций таких лидеров в области финансовой документации, как Всемирный банк (World Bank publications).

Естественно, что в таких случаях переводчик должен вести и свой собственный словарь на основе тех источников (например, на английском языке), которые он прорабатывает.

Чтобы убедиться в справедливости всего вышесказанного, в учебных целях рассмотрим, в плане сравнения, следующие параллельные тексты в виде финансовой документации¹.

¹ Здесь в целях учебной иллюстрации мы заимствуем параллельный текст из издания Всемирного банка «Международные стандарты финансовой отчетности», 2-е изд. — М.: Изд-во «Весь Мир», 2003. — С. 28-35.

PRESENTATION OF FINANCIAL STATEMENTS (IAS 1)

3.1. PROBLEMS ADDRESSED

The objective of the standard is to prescribe the basis for presentation of general purpose financial statements to ensure comparability. It outlines:

- Overall considerations for presentation.
- Guidelines for their structure.
- Minimum content requirements.
- Guidance on compliance with the IAS.
- Guidance on departures from the IAS.

3.2. SCOPE OF THE STANDARD

This standard deals with the presentation of all **general purpose financial statements** prepared and presented in accordance with the IAS and which are not tailored to meet specific information needs of users. *SIC-2 provides guidance on the first time application of IASs.*

3.3. ACCOUNTING CONCEPTS

3.3.1. Financial statements should provide information about an enterprise's financial position, performance, and cash flows that is useful

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ (МСФО 1)

3.1. ЦЕЛИ

Целью данного стандарта является обеспечение основы для представления финансовой отчетности общего назначения с тем, чтобы достичь ее сопоставимости. Данный стандарт устанавливает:

- общие правила представления финансовой информации;
- рекомендации по формированию ее структуры;
- минимальные требования к ее содержанию;
- рекомендации по ее соответствию МСФО;
- рекомендации по ее возможным отклонениям от МСФО.

3.2. СФЕРА ПРИМЕНЕНИЯ

Данный стандарт используется при представлении **всех форм финансовой отчетности общего назначения**, подготавливаемых и представляемых в соответствии с МСФО, в задачу которых не входит раскрытие конкретной информации, подобранной по запросам пользователей. ПККИ-2 впервые предоставляет инструкции по применению МСФО.

3.3. ПОРЯДОК УЧЕТА

3.3.1. Финансовые отчеты должны предоставлять информацию о финансовом положении компании, ее финансовых результатах и движении

for economic decision making.

3.3.2. The board of directors and/or other governing body is responsible for the preparation and presentation of financial statements.

3.3.3. A complete set of financial statements includes:

- Balance Sheet.
- Income Statement.
- Changes in Equity Statement.
- Cash Flow Statement.
- Accounting Policies & Notes.

Entities are encouraged to furnish other related financial and **nonfinancial** information in addition to the financial statements.

3.3.4. Management should consider all of the following **overall considerations** regarding the presentation of financial statements:

Fair presentation

This is normally achieved by applying the IAS. Departure is allowed only if the application of an accounting standard would result in misleading financial statements.

• Compliance with the IAS

The following aspects should be addressed:

денежных средств. Данная информация должна быть полезной для ее пользователей в процессе принятия экономических решений.

3.3.2. Совет директоров и/или другой управляющий орган является ответственным за подготовку и представление финансовой отчетности.

3.3.3. Полный пакет финансовой отчетности должен включать в себя:

- бухгалтерский баланс,
- отчет о прибылях и убытках,
- отчет об изменениях в капитале,
- отчет о движении денежных средств,
- учетную политику и примечания.

Желательно, чтобы компании предоставляли и другую финансовую и нефинансовую информацию, не входящую в обязательный перечень.

3.3.4. Руководители должны принимать во внимание все нижеизложенные **общие правила** представления своих финансовых отчетов.

• Достоверное представление

Этого обычно можно достичь за счет использования МСФО. Отклонения от стандартов допускаются только в том случае, когда применение стандартов может привести к искажению финансовой отчетности.

• Соответствие МСФО

Принимаются во внимание следующие аспекты:

Compliance with the IAS should be disclosed.

Compliance with **all** requirements of each standard is compulsory.

Disclosure is no excuse for inappropriate accounting treatments.

Premature compliance with an IAS is to be mentioned.

- Any departure from an IAS that is necessary to achieve fair presentation should be disclosed in detail.

- **Accounting policies**

Accounting policies that are applied should be those required by the IAS. An enterprise would develop its own **relevant and reliable** policies if no IAS exist (*SIC-18*). *The following two considerations are the underlying assumptions of financial statements; for more information, see chapter 2.*

- **Going concern**

Financial statements should be presented on a going concern basis unless it is probable that an entity will be liquidated or cease trading. If not presented on going concern basis, **disclose** the fact and rationale for not using it. Uncertainties regarding going concern should be disclosed.

- факт соответствия МСФО должен быть раскрыт;

- необходимо выполнять все требования каждого стандарта;

- раскрытие не является оправданием для ненадлежащего порядка учета;

- факт досрочного применения МСФО (т.е. вступления в силу МСФО) должен быть раскрыт;

- для достоверного и правдивого раскрытия информации требуется указать в деталях на любое отклонение от МСФО.

- **Учетная политика**

Применяемая учетная политика должна соответствовать требованиям МСФО. Компания могла бы сама разработать **соответствующие и надежные** методы только при отсутствии МСФО (ПКИ-18). *Ниже представлены два основополагающих допущения финансовой отчетности, более подробно это обсуждается в гл. 2.*

- **Непрерывность деятельности компании**

В отсутствие вероятности того, что компания будет ликвидирована или прекратит свои операции, представление финансовой отчетности должно быть основано на допущении, что компания действует и будет действовать в обозримом будущем. Если же данное допущение не является основой для представления финансовой отчетности, необходимо

указать **этот** факт и объяснить его причину. Любые неясности, связанные с этим допущением, должны быть раскрыты.

- * **Метод начисления**

Метод начисления используется для представления всех видов финансовой отчетности за исключением отчета о движении денежных средств.

- * **Последовательность представления**

Представление статей и их классификация должны сохраняться от одного отчетного периода к другому, кроме тех случаев, когда изменения могут повысить качество представления или должны быть внесены в соответствии с требованиями МСФО.

- **Существенность и агрегирование**

Несущественные статьи аналогичного характера и назначения допускаются представлять агрегированно. Существенные статьи представлять агрегированно нельзя.

- * **Взаимозачет**

Активы и пассивы взаимозачитываются только в том случае, когда это допускается МСФО. Взаимозачтены могут быть несущественные прибыли, убытки и соответствующие расходы, возникающие в результате аналогичных операций и событий.

- * **Сравнительная информация**

Необходимо обратить внимание на следующие моменты:

- **Accrual basis**

Use the accrual basis for presentation except for the cash flow statement.

Consistency of presentation

The presentation and classification of items should be retained from one period to another unless a change would result in a more appropriate presentation, **or** a change was required by the IAS.

- **Materiality and Aggregation**

Aggregation of immaterial items of a similar nature and function is allowed. Material items should not be aggregated.

- **Offsetting**

Assets and liabilities should not be offset unless allowed by the IAS. However, immaterial gains, losses, and related expenses arising from similar transactions and events may be offset.

Comparative information

The following aspects are relevant:

Disclosure required for numerical information in respect of the previous period.

Relevant narrative and descriptive information to be included.

Reclassify comparatives when classification of items is amended; that is, disclose nature, amounts, and reason(s).

3.4. DISCLOSURE

3.4.1. Identification and period

Financial statements should be distinguished from other information.

Each component should be clearly identified.

Prominently display:

- Name of reporting enterprise.
- Own or group statements.
- Reporting date or period.
- Reporting currency.
- Level of precision.

Report annually, at the very least.

Statements to be issued timely (within 6 months of reporting date).

- при раскрытии требуется представить числовую информацию из предыдущего периода;
- должна быть включена соответствующая повествовательная и описательная информация;
- при изменении классификации статей сравнительные показатели должны быть перегруппированы, с указанием характера, суммы и причины (причин) переклассификации.

3.4. РАСКРЫТИЕ

3.4.1. Определение форм финансовой отчетности и отчетный период

- Финансовая отчетность должна быть выделена из прочей представленной информации.
- Каждый компонент должен быть четко определен.
- Должны быть указаны следующие данные:
 - название отчитывающейся компании;
 - охватывает ли финансовая отчетность отдельную компанию или группу;
 - отчетная дата или отчетный период;
 - валюта отчетности;
 - уровень точности.
- Отчетность должна представляться как минимум раз в год.
- Отчетность должна быть своевременно опубликована — в течение 6 месяцев после отчетной даты.

3.4.2. Balance sheet

Provide information about the financial position.

Current/Non-current distinction

Enterprise may choose this classification for assets and liabilities.

If not chosen, assets and liabilities should be presented in broad order of liquidity.

Split amounts to be recovered or settled within and after 12 months.

Current assets

- Current assets include:
 - Assets expected to be realized — or held for sale or consumption — in the normal operating cycle.
 - Assets held primarily for trading or over the short-term and expected to be realized within 12 months.
 - Cash or cash equivalents not restricted in use.

Current liabilities

Current liabilities include:

- Liabilities expected to be settled in the normal operating cycle.

3.4.2. Бухгалтерский баланс

Предоставляет информацию о финансовом положении.

Разделение статей баланса на «текущие (краткосрочные)»/ «нетекучие (долгосрочные)»

- Компания может выбрать подобную классификацию для своих активов и обязательств.
- Если подобная классификация не выбрана, активы и обязательства могут быть представлены в порядке их ликвидности.
- Суммы к возмещению и погашению должны быть разделены на «в течение 12 месяцев» и «после 12 месяцев».

Краткосрочные активы

- Краткосрочные активы включают в себя:
 - активы, предполагаемые к реализации, продаже или потреблению в течение обычного операционного цикла;
 - активы, которые компания держит в основном для продажи и реализация которых ожидается в течение 12 месяцев;
 - денежные средства или их эквиваленты, не имеющие ограничений на их использование.

Краткосрочные обязательства

- Краткосрочные обязательства включают в себя:
 - обязательства, предполагаемые к погашению в течение обычного операционного цикла;

- Liabilities due to be settled within 12 months.
- Long-term interest-bearing liabilities to be settled within 12 months may be classified as non-current if:
 - Original term greater than 12 months.
 - Intention to refinance obligation.
 - Intention supported by agreement.
- обязательства, подлежащие погашению в течение 12 месяцев.
- Долгосрочные процентные обязательства, оплата которых должна произойти в течение 12 месяцев, могут быть классифицированы как «долгосрочные» в следующих случаях:
 - первоначальный срок составляет период, превышающий 12 месяцев;
 - существует намерение рефинансировать обязательство;
 - намерение закреплено договором.

Minimum information on the face of the balance sheet

Property, plant, and equipment	Основные средства
Intangible assets	Нематериальные активы
Financial assets	Финансовые активы
Investments accounted for by the equity method	Инвестиции, учтенные по методу участия
Inventories	Запасы
Minority interest	Доля меньшинства
Cash and cash equivalents	Денежные средства и их эквиваленты
Trade and other payables	Торговая и прочая кредиторская задолженность
Tax liabilities	Налоговые обязательства
Tax assets	Налоговые требования
Provisions	Резервы (по обязательствам)
Non-current interest-bearing liabilities	Долгосрочные процентные обязательства
Trade and other receivables	Торговая и прочая дебиторская задолженность
Issued capital	Выпущенный капитал
Reserves	Резервы (по капиталу)

Other information on the face or in notes

- Appropriate additional sub-classifications.
- Amounts payable to and from:
 - Parent enterprise.
 - Fellow subsidiaries.
 - Associates.
 - Related parties.
- For each class of share capital:
 - Number of shares authorized.
 - Number of shares issued and fully paid.
 - Number of shares issued and not fully paid.
 - Par value per share, or that it has no par value.
 - Reconciliation of shares at beginning and end of year.
 - Rights, preferences, and restrictions.
 - Held by enterprise, subsidiaries, or associates.
 - Reserved for issue under options and sales contracts.

Nature and purpose of each reserve:

Другая информация, представляемая в бухгалтерском балансе и в примечаниях

- Дальнейшая соответствующая подклассификация линейных статей.
- Суммы дебиторской и кредиторской задолженности:
 - материнской компании;
 - дочерних предприятий той же материнской компании;
 - ассоциированных компаний;
 - связанных сторон.
- Для каждого класса акционерного капитала:
 - количество акций, разрешенных к выпуску;
 - количество акций, выпущенных и полностью оплаченных;
 - количество акций, выпущенных и оплаченных не полностью;
 - номинальная стоимость акции или указание на отсутствие такой стоимости;
 - сверка количества акций в обращении на начало и конец года;
 - права, привилегии и ограничения, связанные с соответствующим классом акций;
 - акции, принадлежащие самой компании, дочерним или ассоциированным компаниям;
 - акции, зарезервированные для выпуска по договорам опциона или продажи.
- Характер и назначение каждого резерва:

Shareholders for dividend not formally approved for payment.

Amount of cumulative preference dividend not recognized.

3.4.3. Income statement

Provide information about performance.

Minimum information on the face of the income statement

Revenue

Results of operating activities

Finance costs

Share of profits/losses of associates and joint ventures, being equity accounted

Tax expense

Profit or loss from ordinary activities

Extraordinary items

Minority interest

Net profit or loss for the period

Other information on the face or in notes

- Analysis of expenses based on **nature** or their **function** (see case study).
If classified by function, disclose:

- Depreciation charges for tangible assets.

- сумма дивидендов предложенных, но официально не утвержденных к выплате;
- сумма непризнанных дивидендов по кумулятивному привилегированным акциям.

3.4.3. Отчет о прибылях и убытках

Представляет информацию о результатах деятельности.

Минимальная информация, необходимая в отчете о прибылях и убытках

Выручка

Результаты операционной деятельности

Затраты на финансирование

Доля прибыли/убытков ассоциированных компаний и совместных предприятий, учтенных по методу участия

Расходы по налогу

Прибыль или убыток от обычной деятельности

Результаты чрезвычайных обстоятельств

Доля меньшинства

Чистая прибыль или убыток за период

Другая информация, представляемая в отчете о прибылях и убытках или в примечаниях

- Анализ расходов, основанный на их **характере** или **функциях** (см. учебный пример).
- Если классификация происходит по функциям, следует указать:
 - амортизационные отчисления для материальных активов;

- Amortization charges for intangible assets.

- Staff costs.

Dividends per share declared or proposed.

3.4.4. Changes in equity statement

Reflect information about the increase/decrease in net assets or wealth.

Minimum information on the face of the changes in equity statement

Net profit/loss for the period.

Income, expense, gain, or loss taken **directly** to equity.

Effects of changes in accounting policy.

Effects of correction of fundamental errors.

Other information on the face or in notes

Capital transactions with owners and distributions to owners.

Reconciliation of the balance of accumulated profit or loss at beginning and end of the year.

Reconciliation of the carrying amount of each class of equity capital, share premium, and each reserve at beginning and end of the period.

- амортизационные отчисления для нематериальных активов;
- затраты на персонал.

- Сумма дивидендов на акцию, объявленных или предложенных.

3.4.4. Отчет об изменениях в капитале

Отражает информацию об увеличении/уменьшении чистых активов или состояния компании за период.

Минимальная информация, необходимая в отчете об изменениях в капитале

- Чистая прибыль/убытки за отчетный период.

- Доходы, расходы, прибыли или убытки, зачтенные **непосредственно** на счете капитала.

- Результаты изменений в учетной политике.

- Результаты исправлений фундаментальных ошибок.

Другая информация, представляемая в отчете об изменениях в капитале или примечаниях к нему

- Операции с собственниками в отношении капитала и операции по распределению капитала между собственниками.
- Сверка сальдо нераспределенной прибыли или убытка на начало и конец периода.

- Сверка балансовой стоимости каждого класса акционерного капитала, эмиссионного дохода и каждого резерва на начало и конец отчетного периода.

3.4.5. Cash flow statement Refer to IAS 7 (Chapter 5).

3.4.6. Accounting Policies and Notes

Information about the following is provided:

- Basis of preparation and selected accounting policies.
- Information required by the IAS that is not on the face of financial statements.
- Additional information required for fair presentation.

Structure

- Presented in a systematic manner.

Cross-reference items from the face of financial statements to the notes.

Presentation of accounting policies

- Measurement bases used in preparing financial statements.
- Each accounting policy used even if it is not covered by the existing IAS.

Other disclosures

- Domicile of the enterprise.

3.4.5. Отчет о движении денежных средств (см. МСФО 7, гл. 5).

3.4.6. Учетная политика и примечания

Предоставляется информация по следующим аспектам:

- основа для подготовки финансовой отчетности и выбранная учетная политика;
- информация, требуемая в соответствии с МСФО, но не включенная в финансовую отчетность;
- дополнительная информация, необходимая для достоверного представления финансовой отчетности.

Структура

- Информация в примечаниях к финансовой отчетности должна быть представлена в систематизированном виде.
- Необходимы перекрестные ссылки между статьями финансовой отчетности и соответствующей информацией в примечаниях.

Представление учетной политики

- Должны быть описаны основы оценки, использованные при подготовке финансовой отчетности.
- Должен быть описан каждый примененный способ учетной политики, даже если он не включен в действующие международные стандарты финансовой отчетности.

Другая раскрываемая информация

- Домициль компании.

Legal form of the enterprise.

Юридическая форма компании.

Country of incorporation.

Страна, в которой компания была зарегистрирована в качестве корпорации.

Registered office/business address.

Юридический или деловой адрес (если он отличается от юридического адреса).

Nature of operations/principal activities.

Характер операций/основной деятельности.

Name of the parent and ultimate parent.

Название материнской компании и главной материнской компании основной группы.

Average number of employees.

Среднее число работников.

Пункт 3.1

Здесь интерес представляет перевод слов *problems addressed*. Возможен, конечно, перевод, более близкий к тексту, например, «решаемые задачи». Однако в изданном тексте дается, как мы видим, другой вариант: «цели». То есть делается как бы дальнейшее осмысление стандарта: решаемые задачи, т. е. цели. Пожалуй, данный вариант следует признать верным, хотя и следует при этом отдавать себе отчет в том, что перевод «цели» — это некое обобщенное выражение контекстуального смысла. В любом случае такой вариант — это пища для размышлений переводчика.

Выражение *to prescribe the basis* весьма удачно переведено как «обеспечение основы». По-английски также можно сказать *to lay the foundation*.

Термин *financial statements* (*syn. financial accounting*) общеизвестен в **сфере** финансовой отчетности, его просто надо запомнить.

IAS (= International Accounting Standard) — Международный стандарт финансовой отчетности (= МСФО).

Интересно, что по-русски принято говорить «рекомендации по» и это соответствует английскому варианту *guidance on, recommendations on*.

Пункт 3.2

Здесь можно отметить перевод выражения *scope of the standard* «сфера применения (стандарта)».

Пункт 3.3

Здесь, с нашей точки зрения, весьма полезно знать все названия терминов финансовой отчетности: balance sheet, income statement, changes in equity statement, cash flow statement, accounting policies and notes.

Кстати сказать, вариантов перевода для таких терминов, как equity statement, accounting policies and notes, в других словарях нет. Это как раз тот случай, когда переводчику полезно выписать варианты перевода в свой собственный словарь.

Пункт 3.4

Здесь для переводчика весьма интересно понятие fair presentation. Дается перевод «достоверное представление». Он, кстати говоря, совпадает с вариантом словаря Д.Ю. Терехова по этой тематике¹.

Пункт 3.3.4

Все выделенные в пункте 3.3.4 термины можно записать в тетрадь переводчика: это такие единицы, как accounting policies, going concern, accrual basis, consistency of presentation, materiality and aggregation, offsetting, comparative information.

Переводчику, желающему специализироваться в финансовой документации, полезно было бы почитать соответствующие трактовки этих терминов в специальных словарях по учету. Примером такого рода словаря может быть "Dictionary of Accounting Terms"². Для изучения **русской терминологии** по финансовой проблематике можно также воспользоваться официальным переводом указанного словаря на русский язык³, а также недавно выпущенным в свет «Аудиторским словарем» под редакцией **В.Я. Соколова**⁴.

¹ Терехов Д.Ю. Англо-русский словарь по бухгалтерскому учету, аудиту и финансовой отчетности. — М.: ИКД «Зерцало-М», 2001.

² См.: "Dictionary of Accounting Terms" by Joel G. Siegal and Jae K. Shim. - Barrons Educational Series, Inc., 1995.

³ См. перевод этого словаря на русский: Словарь бухгалтерских терминов. - М.: Инфра-М, 2001.

⁴ Аудиторский словарь/С.М. Бычкова, М.В. Райхман, В.Я. Соколов и др.; под ред. В.Я. Соколова. — М.: Финансы и статистика, 2003.

Пункт 3.4

Здесь можно обратить внимание на перевод термина disclosure. Пункты по компонентам финансовой отчетности тоже полезно выписать начинающему переводчику: name of reporting enterprise, own statements, group statements, reporting date, reporting period, level of precision.

Пункт 3.4.2

Здесь следует разобраться в терминологии самым обстоятельным образом. Это терминология по бухгалтерскому балансу, статьям баланса. Это терминология по краткосрочным активам. Оказывается, таких терминов целый ряд: assets expected to be realized, assets held primarily for trading, cash, cash equivalents. Все это надо выписать из параллельного текста на русском языке.

Интересно, что если переводчик посмотрит некоторые термины в англо-русских словарях (даже специальных), то он все равно их не найдет. Например, что означает термин assets held primarily for trading?

Что касается минимальной информации, то здесь переводчику фактически дается целый словарь: переводчику финансовых текстов абсолютно необходимо свободно владеть терминами типа property, plant and equipment, intangible assets, financial assets, investments accounted for by the equity method, inventories, minority interest, cash and cash equivalents, trade and other payables, tax liabilities, tax assets, provisions, non-current interest-bearing liabilities, trade and other receivables, issued capital, reserves.

Конечно, переводчику хотя бы постепенно следовало бы разобраться в данных понятиях. Если переводчик сделает это, то ему легче будет переводить тексты по этой тематике.

Информация по акционерному капиталу представлена рядом терминов. Все эти термины крайне полезны для переводчика: authorized shares, issued shares, fully paid shares, par value per share, reconciliation of shares, rights, preferences and restrictions, shares held by enterprise, subsidiaries, or associates, shares reserved for issue и т. д.

Пункт 3.4.3

Терминология данного пункта должна вызвать интерес переводчика. В самом деле, как переводить такие термины, как rev-

enue, operating activities, finance costs, share of profits, share of losses, tax expense, ordinary activities, extraordinary items, minority interest, net profit и др.?

Задание 1. Самостоятельно проанализируйте параллельные тексты на английском и русском, выпишите заинтересовавшую вас терминологию (на английском и русском) и одновременно ответьте на следующие вопросы ¹.

1. Вы относите данный английский текст по финансовым инструментам к числу легких или трудных? Почему?
2. Что означает сокращение IAS?
3. Что вы знаете о забалансовых финансовых инструментах? Откройте справочник.
4. Термин future cash flows здесь переведен как «будущие финансовые поступления». Какой еще равноценный перевод здесь можно предложить?
5. Почему организации должны раскрывать финансовую информацию? О чем свидетельствует открытость или закрытость информации о финансовых операциях?
6. Что такое финансовый инструмент? Дайте определение по-русски/по-английски.
7. Что такое «финансовый актив»? Откройте справочник и прочитайте.
8. Выпишите терминологию, которая относится к понятию «финансовый актив» (см. пункт 27.3.1).
9. Что представляет собой «финансовое обязательство»? Откройте справочник. Выпишите соответствующую терминологию (см. пункт 27.3.2).
10. Что такое «долевой инструмент»? Откройте справочник и прочитайте. Дайте определение понятию «долевой инструмент» на русском/английском.
11. Что означает понятие «сложный финансовый инструмент»? Выпишите этот термин.

¹ Данный текст по финансовым инструментам, включая его перевод на русский, предлагаемый здесь для анализа в учебных целях, заимствуется нами из книги «Международные стандарты финансовой отчетности». — М.: Изд-во «Весь Мир». — С. 203.

12. Знаете ли вы такие понятия, как проценты, дивиденды, убытки, прибыль? Выпишите эти термины.
13. Найдите русский перевод для термина holder of equity instrument.
14. Что означает фраза to debit directly to equity? Выпишите этот перевод. Какой вариант перевода дали бы вы, если бы самостоятельно переводили данный отрывок текста?
15. Что имеется в виду под термином redemption of instruments?
16. Что имеется в виду под термином refinancing of instruments?
17. Кратко изложите суть этих понятий по-русски, а затем по-английски.
18. Что означает понятие «осуществлять взаимозачет»? (См. пункт 27.3.7.) Слышали вы об этом понятии раньше?
19. Перечислите типы финансовых рисков, которые вы знаете (см. 27.4.1).
20. Проанализируйте терминологию, связанную с учетной политикой (см. 27.4.2).
21. Выпишите русские переводы для следующих понятий: interest rate risk, credit risk, fair value, financial assets in excess of fair value, hedging.
22. Обсудите раздел hedging а) по-русски; б) по-английски.
23. Почему трудную финансовую терминологию лучше начать обсуждать на родном языке, а потом на иностранном?
24. Что такое «амортизационная стоимость»? Найдите определение этого понятия по-английски.
25. Что означает фраза «заложить в качестве обеспечения по обязательствам» (to pledge as collateral for liabilities)?
26. Как в данном тексте переведено понятие securitization? Какие еще переводы вы знаете?
27. Какую информацию должен раскрывать кредитор (lender)?
28. Есть ли разница между термином creditor и термином lender?
29. Интересует ли вас дальнейшее овладение лексикой сферы делового общения?
30. С каких словарей лучше начинать изучение лексики сферы делового общения?

FINANCIAL INSTRUMENTS: DISCLOSURE AND PRESENTATION

IAS 32 and 39 were issued as separate standards but are applied in practice as a unit because they deal with exactly the same accounting phenomenon. IAS 39, which deals with the Recognition and Measurement issues of financial instruments, also contains some supplementary disclosures to those required by IAS 32. These requirements are listed in this chapter in order to provide a comprehensive list of all the Disclosure and Presentation aspects related to financial instruments.

27.1. PROBLEMS ADDRESSED

Users need information that will enhance their understanding of the significance of on- and off-balance sheet financial instruments regarding an enterprise's financial position, performance and cash flows, and the assessment of the amounts, timing, and certainty of future cash flows associated with those instruments. This IAS: Prescribes requirements for the **presentation** of on-balance sheet financial instruments. Identifies information that should be **disclosed** about

ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ: РАСКРЫТИЕ И ПРЕДСТАВЛЕНИЕ

МСФО 32 и МСФО 39 представлены как отдельные стандарты, но на практике они применяются как один, поскольку рассматривают одно и то же понятие учета. МСФО 39, охватывающий такие финансовые инструменты, как признание и оценка, также содержит некоторые сведения по раскрытию информации в дополнение к требуемым в соответствии с МСФО 32. Эти требования перечислены в данной главе с тем, чтобы представить полные данные по всем аспектам раскрытия и представления, связанным с финансовыми инструментами.

27.1. ЦЕЛИ

Пользователям необходима информация, позволяющая понять значение балансовых и забалансовых финансовых инструментов, для оценки финансового положения и деятельности компании, а также объемов, времени и определенности будущих денежных поступлений, относящихся к этим инструментам. Данный МСФО:

- устанавливает требования по **представлению** информации о балансовых финансовых инструментах;
- определяет ту информацию, которую следует **раскрывать** в

both on-balance sheet (recognized) and off-balance sheet (unrecognized) financial instruments.

27.2. SCOPE OF THE STANDARD

The IAS deals with **all types of financial instruments**, both recognized and unrecognized. A **financial instrument** is any contract that gives rise to both a financial asset of one enterprise and a financial liability or equity instrument of another.

27.3. ACCOUNTING TREATMENT

27.3.1. A **financial asset** is any asset that is:

- cash (e.g., deposit at a bank),
- a contractual right to receive cash or a financial asset (e.g., a debtor and derivative instrument),

a contractual right to exchange financial instruments under potentially favorable conditions,

or

- an equity instrument of another enterprise (e.g., investment in shares).

Physical assets (e.g., inventories and patents) are not financial assets, as they do not give rise to a present right to

отношении как балансовых (признанных), так и забалансовых (непризнанных) финансовых инструментов.

27.2. СФЕРА ПРИМЕНЕНИЯ

МСФО имеет отношение **ко всем типам финансовых инструментов**, как признанным, так и непризнанным. **Финансовым инструментом** является любой договор, в результате которого возникают финансовые активы у одной компании, и финансовые обязательства или долевой инструмент — у другой.

27.3. ПОРЯДОК УЧЕТА

27.3.1. **Финансовым активом** является любой актив, который представляет собой:

- денежные средства (например, депозит в банке);
- договорное право требования денежных средств или другого финансового актива (например, дебиторская задолженность и производный финансовый инструмент);
- договорное право на обмен финансовых инструментов с другой компанией на потенциально выгодных условиях;

или

- долевой инструмент другой компании (например, инвестиции в акции).

Физические активы (например, товарные запасы и патенты) не являются финансовыми активами, так как они не приво-

receive cash or other financial assets.

27.3.2. A financial liability is a contractual obligation to:

- deliver any financial asset (e.g., a creditor and derivative instrument), **or**
- exchange financial instruments under potentially unfavorable conditions.

Liabilities imposed by statutory requirements (e.g., income taxes) are not financial liabilities because they are not contractual.

27.3.3. An equity instrument is any contract that evidences a residual interest in the assets of an enterprise after deducting all of its liabilities. An obligation to issue an equity instrument is not a financial liability because it results in an increase in equity and cannot result in a loss to the enterprise.

27.3.4. The issuer of a financial instrument classifies it or components thereof as a liability or as equity in accordance with the:

Substance of the contractual arrangement on initial recognition.

дят к появлению действующего права на получение денежных средств или других финансовых активов.

27.3.2. Финансовым обязательством является обязанность сторон по договору:

- поставить любой финансовый актив (например, производный финансовый инструмент) другой компании, **или**
- обменять финансовые инструменты на потенциально невыгодных условиях.

Обязательства, налагаемые законодательными требованиями (например, налоги на прибыль), не являются финансовыми обязательствами, так как не являются договорными.

27.3.3. Долевым инструментом является любой договор, который подтверждает право на долю активов компании, остающихся после вычета **всех** ее обязательств. Обязательство по выпуску долевого инструмента не является финансовым обязательством, так как приводит к росту капитала, а это не может стать причиной убытков для компании.

27.3.4. Эмитент финансового инструмента классифицирует этот инструмент или его составляющие части как обязательство или как капитал в соответствии с:

- содержанием договора при первоначальном признании инструмента в балансе;

Definitions above.

Substance over form governs the classification (e.g., a redeemable preferred share creates an obligation, which makes it a financial liability rather than equity).

27.3.5. The issuer of a **compound financial instrument** that contains **both** a liability and equity element (e.g., convertible bonds), should classify the instrument's component parts separately:

- Total amount — liability portion = equity portion.

Equity valuation + liability valuation = total value. Assign carrying **amount pro rata** to the values so established.

Once so classified, the classification is not changed even if economic circumstances change. No gain or loss arises from recognizing and presenting the parts separately.

27.3.6. Interest, dividends, losses, and gains relating to a financial liability should be reported in the income statement as expense or income.

- определениями, представленными выше.

Приоритет содержания перед формой предопределяет классификацию (например, погашаемая привилегированная акция создает обязательство, являясь, таким образом, финансовым обязательством, а не капиталом).

27.3.5. Эмитент **сложного финансового инструмента**, который содержит элементы как обязательства, так и капитала (например, конвертируемые облигации), должен классифицировать составные части этого инструмента отдельно:

- общая сумма — часть, составляющая обязательство, = часть, составляющая капитал.
- количественная оценка капитала + количественная оценка обязательств = общая стоимость. Балансовая стоимость должна быть пропорционально распределена в соответствии с оценками, установленными таким образом.

Установленная подобным образом, классификация не изменяется, даже если изменяются экономические обстоятельства. Ни прибыль, ни убыток не возникают при раздельном признании и представлении этих частей.

27.3.6. Проценты, дивиденды, убытки и прибыли, имеющие отношение к финансовым обязательствам, должны отражаться в отчете о прибылях и

Distributions to holders of an equity instrument should be debited **directly** to equity. The classification of the financial instrument determines the accounting treatment of the items mentioned above:

Dividends on shares classified as liabilities would thus be classified as expense in the same way as interest payments on a loan. Furthermore, such dividends would have to be accrued over time.

Gains and losses (presumably premiums and discounts) on redemption or refinancing of instruments classified as liabilities are reported in the **income statement**, while gains and losses on instruments classified as **equity** of the issuer are reported as movements in equity.

27.3.7. A financial asset and a financial liability should be **offset** only when:

- a legal enforceable right to set-off exists, and

there is an intention either to settle on a net basis, or to realize the asset and settle the liability simultaneously.

убытках как расходы или доходы. Распределение доходов среди владельцев долевых инструментов относится **непосредственно** в дебет счета капитала. Классификация этого финансового инструмента определяет порядок учета позиций, указанных выше.

- Дивиденды на акции, рассматриваемые как обязательства, будут, таким образом, классифицироваться как расходы, аналогично процентам по облигациям. Более того, такие дивиденды должны начисляться с течением времени.

• Прибыли и убытки (предположительно надбавки или дисконты) по выкупу или рефинансированию инструментов, классифицированных как обязательства, представляются в **отчете о прибылях и убытках** как расходы или доходы, в то время как прибыли и убытки по инструментам, трактуемым как **капитал** эмитента, представляются в отчетности как изменение в капитале.

27.3.7. Финансовый актив и финансовое обязательство **взаимозачитываются**, когда:

- существует юридически закрепленное право осуществить зачет; и
- существует намерение либо произвести расчет по сальдированной сумме, либо реализовать актив и одновременно исполнить обязательство.

27.4. DISCLOSURE

П/И. Risk management policies

Describe the financial risk management objectives and policies, including the following:

- Policy for hedging each major type of forecasted transaction.

Price risk (currency, interest rate, and market risk).

- Credit risk.
- Liquidity risk.
- Cash flow risk.

27.4.2. Terms, conditions, and accounting policies

For each class of **financial asset**, **financial liability**, and **equity instrument**, disclose:

Information about the extent and nature, including significant terms and conditions that may affect the amount, timing, and certainty of future cash flows, for example:

Principal/notional amounts
Dates of maturities or execution

Early settlement options and periods

Conversion options
Amounts and timing of future receipts or payments

27.4. РАСКРЫТИЕ ИНФОРМАЦИИ

27.4.1. Политика управления рисками

Опишите задачи и методы управления финансовыми рисками, включая:

- политику хеджирования (страхования от потерь) каждого существенного типа предполагаемых операций;
- ценовой риск (валютный, ставки процента, рыночный риск);
- кредитный риск;
- риск ликвидности;
- риск потока денежных средств.

27.4.2. Сроки, условия и учетная политика

Для каждого класса **финансовых активов**, **финансовых обязательств** и **долевых инструментов** компания должна раскрывать:

- информацию о стоимостных параметрах и характере финансовых инструментов, включая значительные сроки и условия, которые могут влиять на величину, распределение во времени и определенность будущих потоков денежных средств, например:

Основные/условные суммы.
Даты истечения сроков погашения или выполнения обязательств.

Права и периоды по досрочному погашению обязательств.

Варианты по конвертации.

Суммы и время будущих поступлений или выплат.

Rates or amounts of interest and dividends

Collateral held
Foreign currency information

Covenants, etc.

Accounting policies, including recognition criteria and measurement bases, such as:

- Methods and assumptions applied in estimating fair value, separately for classes of financial assets and financial liabilities.

Whether gains/losses on re-measurement of available-for-sale financial assets are included in profit or loss for the period or recognized directly in equity.

Whether 'regular way' financial asset purchases and sales are accounted for at trade date or settlement date (for each of the categories of financial assets).

27.4.3. Interest rate risk

For each class of **financial asset** and **financial liability**, disclose:

- Contractual repricing or maturity dates, whichever dates are earlier.

Ставки или суммы процентов, дивидендов на основную сумму инструментов.

Удерживаемый залог.
Информация по иностранной валюте.

Условия договора и т.д.

- учетную политику, включающую критерии признания и оценки, такие, как:
- методы и предположения, применяемые при установлении справедливой стоимости, отдельно для каждого класса финансовых активов и финансовых обязательств;
- при этом указывается, включаются ли прибыли/убытки при переоценке доступных для продажи финансовых активов в прибыль или убыток на данный период или признаются непосредственно в чистой стоимости капитала; и
- как учитываются при обычных обстоятельствах покупка и продажа финансового актива: на дату заключения сделки или на дату оплаты (для каждой категории финансовых активов).

27.4.3. Риск ставки процента

Для каждого класса **финансовых активов и финансовых обязательств** раскрываются:

- предусмотренные договором даты пересмотра ставки процента или наступления пла-

Effective interest rates.

Other information about exposure to interest rate risk.

27.4.4. Credit risk

For each class of **financial asset**, disclose:

- The amount that best represents its maximum credit risk exposure **without** taking account of the fair value of collateral.
- Significant concentrations of credit risk.
- Other information about exposure to credit risk.

27.4.5. Fair value

For each class of **financial asset** and **financial liability**, disclose information about fair value:

Fair value for traded instruments:

- Asset held or liability to be issued: bid price.

Asset to be acquired or liability held: offer price.

For an instrument not traded, it may be appropriate to disclose a range of amounts.

тежа в зависимости от того, какая дата раньше;

- действующие ставки процента;
- другая информация о подверженности риску по процентной ставке.

27.4.4. Кредитный риск

Для каждого класса **финансовых активов** раскрываются:

- сумма, которая наилучшим образом отражает максимальный риск, без учета справедливой стоимости любого залога;
- существенная концентрация кредитного риска;
- другая информация о подверженности кредитному риску.

27.4.5. Справедливая стоимость

Для каждого класса **финансовых активов и финансовых обязательств** необходимо раскрывать информацию о:

- справедливой стоимости для инструментов, обращающихся на рынке, которая:
 - для имеющегося актива или выпускаемого обязательства представляет текущую цену спроса;
 - для приобретаемого актива или имеющегося обязательства — текущую цену предложения;
- для инструментов, не обращающихся на рынке, возможно, имеет смысл раскрыть весь диапазон стоимостных величин, в пределах которого, как предполагается, находится значе-

- When impracticable to determine the fair value reliably, the **fact** is disclosed together with **information** about the principal characteristics of the underlying financial instrument pertinent to its fair value.

27.4.6. Financial assets in excess of fair value

For **financial assets** carried in excess of fair value, disclose:

Carrying amount and fair value, individually or for appropriate grouping of those assets.

- Reasons for **not** reducing the carrying amount, including evidence supporting recoverability of the amount.

27.4.7. Hedging

Disclose **separately** for designated fair value hedges, cash flow hedges and hedges of a net investment in a foreign entity:

Description of the hedge.
Description of financial instrument(s) designated as hedge, and its fair value(s).

ние справедливой стоимости;

- когда практически невозможно достоверно определить справедливую стоимость, этот **факт** раскрывается вместе с **информацией** о принципиальных характеристиках основного финансового инструмента, имеющих отношение к справедливой стоимости.

27.4.6. Финансовые активы, учтенные по стоимости, превышающей справедливую стоимость

Для **финансовых активов**, учтенных по стоимости, превышающей справедливую стоимость раскрываются:

- балансовая стоимость и справедливая стоимость отдельных финансовых активов или соответствующих групп отдельных финансовых активов;
- причины, побудившие не снижать балансовую стоимость, включая причины уверенности **в** том, что балансовая стоимость будет **возмещена**.

27.4.7. Хеджирование

Следует раскрыть **отдельно** информацию по хеджированию рассчитываемой справедливой стоимости, потоков денежных средств и чистых инвестиций в иностранные компании:

- описание хеджирования;
- описание финансовых инструментов, избранных для хеджирования, и их справедливой стоимости (стоимостей);

Nature of the risk being hedged.

For hedges of forecasted transactions:

- The period in which it is expected to occur.
- When it is expected to enter into determination of net profit or loss.
- Description of any forecasted transaction for which hedge accounting had previously been used but that is no longer expected to occur.

For gains/losses related to cash flow hedges that have been recognized directly in equity (through the statement of changes in equity):

- Amount recognized in equity.
- Amount removed from equity to net profit or loss for the period.
- Amount removed from equity and allocated to the carrying amount of the asset or liability in a hedged forecasted transaction.

27.4.8. Additional disclosures relating to financial instruments

For gains/losses from remeasuring available-for-sale fi-

- характер хеджируемого риска;
 - для хеджирования предполагаемых в будущем операций следует указать:
 - период времени, когда, как предполагается, они произойдут;
 - предполагаемое время признания чистой прибыли или убытков;
 - описание любой предполагаемой операции, для которой прежде использовалось хеджирование при учете, но в дальнейшем его применение не прогнозируется;
 - для прибылей/убытков, имеющих отношение к хеджированию потоков денежных средств, которые признаются непосредственно в капитале (посредством отчетности об изменениях в капитале), указывается:
 - сумма, признаваемая в капитале;
 - сумма, изымаемая из капитала в счет чистой прибыли или убытка на данный период;
 - сумма, изымаемая из капитала и относимая к балансовой стоимости актива или обязательства в предполагаемой операции с применением хеджирования.
- #### 27.4.8. Дополнительное раскрытие информации, относящейся к финансовым инструментам
- Для прибылей/убытков при переоценке могущих быть

financial assets that have been recognized in equity:

- Amount recognized.
- Amount removed from equity to net profit or loss for the period.

Significant items of income, expense, gains, and losses resulting from financial assets and financial liabilities:

- Interest income and expense shown separately.
- Realized and unrealized amounts shown separately.
- Gains and losses from derecognition shown separately from those resulting from fair value adjustments.
- Amount of interest income accrued on impaired loans shown separately.

For financial assets measured at amortized cost:

- A disclosure of that fact.
- A description of the financial assets.
- The carrying amount.
- An explanation of why fair value cannot be measured reliably.

использованными для продажи финансовых активов, признаваемых в капитале, указывается:

- признаваемая сумма;
- сумма, изымаемая из капитала в счет чистой прибыли или чистого убытка за период.

Значимые статьи дохода, расхода, прибыли и убытков, истекающие на основе финансовых активов и финансовых обязательств по договору:

- процентный доход и расходы, показанные отдельно;
- реализованные и нереализованные суммы, показанные отдельно;
- прибыли и убытки, возникшие вследствие прекращения признания и отражаемые отдельно от прибылей и убытков, являющихся результатом корректировок по справедливой стоимости;
- сумма процентного дохода, начисляемого на кредиты, стоимость которых снизилась, показанная отдельно.

Для финансовых активов, оцениваемых по амортизированной стоимости:

- раскрытие данного факта;
- описание финансовых активов;
- балансовая стоимость;
- объяснение причины того, почему справедливая стоимость не может быть определена достоверно;

A range of estimates within which fair value is highly likely to lie.

Disclosure of the following when these assets are sold:

- The fact.
- Carrying amount at time of sale.
- Gain or loss recognized.

Reason for reclassification of any financial asset to be reported at amortized cost rather than fair value.

For an impairment loss or reversal of such loss:

- The nature of the loss.
- The amount.

The carrying amount of financial assets pledged as collateral for liabilities and any terms and conditions relating to the pledged assets.

For securitization or repurchase agreements:

- Nature and extent of transactions.
- Description of collateral and quantitative information about key assumptions used in calculating fair values.

- диапазон стоимостных величин, в пределах которого наиболее вероятно находится значение справедливой **СТОИМОСТИ**.

При продаже данных активов необходимо раскрывать:

- сам факт;
- балансовую стоимость на момент продажи;
- признанные прибыль или убыток.

Причина переклассификации каждого финансового актива, отчет по которому предпочтительно производить по амортизированной, а не по справедливой стоимости.

Для убытков в результате снижения стоимости или аннулирования таких убытков:

- характер убытка;
- сумма.

Балансовая стоимость финансовых активов, заложенных в качестве обеспечения по обязательствам, и любые условия и обстоятельства, относящиеся к служащим обеспечением объектам основного капитала.

Для соглашений по ценным бумагам или обратной покупке:

- характер и масштаб операций;
- описание залоговых и количественных сведений о ключевых положениях, используемых при исчислении справедливой стоимости;

- Whether the financial assets have been derecognized.

A lender discloses:

- The fair value of collateral accepted and that it is permitted to sell or repledge in absence of default.

The fair value of collateral that it has sold or repledged.

Any significant terms and conditions associated with the use of collateral.

- было ли отменено признание финансовых активов.

Кредитор раскрывает:

- справедливую стоимость залога, принятого как обеспечение, а также разрешение на продажу или перезалог при отсутствии невыполнения обязательств;
- справедливую стоимость залога в случае продажи или перезалога;
- все значительные условия и обстоятельства, связанные с использованием залога (обеспечения).

Задание 2. Переведите следующий текст с русского на английский. Используйте при переводе лексику, усвоенную вами в процессе сопоставления оригинала и перевода.

Европа переживает за судьбу МСФО в России

Европейские финансовые круги выражают серьезную озабоченность тем, что, по их информации, ряд российских коммерческих банков предпринимает попытки противодействовать введению в России системы отчетности по МСФО (система стандартов финансовой отчетности, принятых в Европе). По мнению европейских финансистов, отказ от введения МСФО может еще больше затруднить для России выход на международные рынки и самым негативным образом сказаться на репутации российской экономики. Кроме того, искаженная банковская отчетность во много раз повышает общий риск возникновения ситуации финансовой нестабильности. Без МСФО доступ к европейским и мировым финансовым ресурсам останется для нас весьма ограниченным.

Система МСФО считается наиболее прозрачной и жесткой в мире (она опережает в этом отношении даже американские стандарты отчетности). С подачи Центрального банка РФ предполагается банковскую систему страны перевести на МСФО за два-три года. Однако для

многих банков новые принципы анализа их капитала и деятельности крайне неприемлемы, потому что в этом случае будут очевидны все промахи банка и все его ухищрения с целью приукрасить собственную отчетность.

Очевидно, что при прозрачной ситуации произойдет немедленное перераспределение клиентов и инвесторов в пользу реально крепких банков. Это не может устраивать «слабые» банки, которые научились выглядеть сильными. И вот эти банки, по информации европейских финансовых кругов, стали предпринимать немалые лоббистские усилия с целью «заморозить» введение в стране МСФО¹.

¹ Комсомольская правда, № 232, 2003 г. В. Жаров.

2.27. Другие отдельные трудности перевода и задачи переводчика

Переводчик, работая над переводом текста, не ставит перед собой задачи прежде всего «вычленить» трудности и лишь затем переводить текст. Действия переводчика развиваются по иной программе. Прочтя тот или иной текст и поняв содержание, он далее воссоздает понятное. Поэтому прежде всего переводчик решает (сразу или путем анализа или прибегая при этом к словарю и пр.) задачи понимания, а далее задачи адекватного воссоздания **понятого**.

К примеру, мы переводим: I can't buy your house, there is a problem of defect in title. «Я не могу купить ваш дом, здесь есть проблема *дефекта титула*».

Даже зная, что титул — это юридическое понятие, что это понятие здесь уместно, все равно перевод будет неверный. Почему? Потому, что у юристов принято говорить не «дефект титула», а «*порок титула*». То есть на этапе воссоздания текста переводчик пренебрег специальным словарем и получил не очень высокий результат. (См. defect of title — порок титула. «Англо-русский полный юридический словарь», с. 361.)

Или мы переводим текст типа: He carried out an in-depth interview. Мы знаем, что in-depth — это «глубоко, в деталях». Получается: «Он провел глубокое интервью». Но проблема здесь в том, что по-русски так не говорят, получилась неудачная конструкция. Следовательно, надо было построить фразу по-иному: «В своем интервью он стремился узнать как можно больше». Это уже вполне удачная фраза на русском языке и передает смысл высказывания.

И последний пример такого рода:

I am speaking here about *hard-core voters*. Здесь я говорю о *твердых избирателях*.

Казалось бы, все верно: и смысл передан, и единица *hard-core voters* переведена. Но все же это не очень удачный перевод. Ведь в этом случае переводчик не нашел варианта, достаточно

«просветляющего» смысл всего предложения. О чем все-таки речь? Речь идет о том, что есть *избиратели, неизменно поддерживающие курс своей партии*. Эту мысль и стоит отразить в переводе: «Я говорю об избирателях, неизменно поддерживающих курс своей партии».

Как мы видим, переводчику приходится продумывать свои варианты перевода с разных позиций, учитывая, конечно, и общую стилистику текста.

Вопросы

1. В данном пособии рассматриваются различные трудности перевода, которые для удобства разбиты на отдельные категории. Всякий ли раз переводчик, переводя текст, разбивает трудности на отдельные категории?
2. Зависят ли трудности от типа документов?
3. Нужен ли достаточно высокий темп работы переводчика при переводе текстов?
4. Каким образом можно научиться быстро ориентироваться в тексте?
5. В чем преимущество систематической работы при выполнении переводов?
6. Для вас перевод — это карьера или временное занятие?
7. Хотели бы вы стать переводчиком-профессионалом?
8. Сколько лет, по вашему мнению, надо учиться, чтобы стать переводчиком-профессионалом?

Задание. Переведите следующие предложения, содержащие разноплановые трудности. Проанализируйте трудности, установите их характер и затем переведите в рамках своей общей переводческой стратегии.

1. You should *shop around* first of all, and then buy what you want.
2. He *was seeking asylum*.
3. He wrote a statement of claim *and filed it*.
4. Now the case *is in execution proceeding*.
5. The Director *is performing his responsibilities* properly.
6. The use of *forged documents* did not help him.
7. It takes courage *to rectify your mistake*.

8. She *changed for the better*.
9. The watch *is now in good working order*.
10. The plates of my car battery are *now healthy*.
11. Do you know the meaning of the phrase *to drain the Treasury*?
12. It is not easy *to reach your own market*.
13. By the term *equity* we mean *assets minus liabilities*.
14. *Capital lease* is a situation when the lessee obtains significant property rights.
15. This is a special book. It is called a *cash book*.
16. *The clearing house* may be described as a centralized and computerized system of for settling indebtedness between members.
17. *A turn-key project* is a special type of project.
18. **Airplane's payload** is a serious factor you should never forget about.
19. *Compensatory payments* to a plaintiff may be determined by the court.
20. *A contractor* is a term which is used to denote a person or a company that makes an agreement to do work or provide goods in large amounts for another company.
21. A contract which is not final may be called *an interim agreement*.
22. Do you know what the term *"standard contract"* means?
23. *Radiation monitoring* is a special technical procedure.
24. *Blue-sky laws* are not the laws on the sky.
25. *The mission* of this ship is to explore the sea.
26. In the language of finance the term *"bellwether stock"* means a type of stock whose price is to show the probable future direction of the market as a whole.
27. *A covered option* is an option where the seller has the shares etc. available to the buyer if the share price rises and if the buyer uses the option.
28. Can you define the term *"purchasing power of money"*?
29. *A foreign exchange gain*: is it positive or negative?
30. If we use the term *charter capital*, what do we mean?

Заключение

Итак, бросая взгляд на содержание нашего «Практикума», мы отводим ему роль учебного курса, *активизирующего действия* переводчика. Давно уже замечено, что недостаточно четкое представление начинающим переводчиком того, что он выполняет, ведет к снижению как общего качества перевода, так и темпов работы переводчика.

В данном пособии мы как раз и ставим перед собой задачу — снять отдельные неясности и трудности перевода, прояснить ситуацию, направить переводчика в русло творческих действий.

В этом смысле «Практикум» играет «просветляющую» роль и, более того, дает *уверенность* переводчику в развитии своих возможностей в сфере письменного перевода. При этом автор, разумеется, отдает себе отчет в том, что некоторые вопросы, к сожалению, остались за рамками рассмотрения; однако упомянутые в «Практикуме» *книги, словари и монографии* — это как бы приглашение переводчика к дальнейшим размышлениям и обобщениям в отношении избранной им профессии. Переводчик должен понять природу своей деятельности, вникнуть в специфику жанра, в котором он работает, и тогда число неточностей и ошибок в работе переводчика существенно снизится. Очень важно также *специализироваться* в той или иной документации (отчетах, сводках, докладах, технических описаниях, руководствах и пр.), которая является предметом перевода.

Правильная стратегия действий переводчика позволяет ему избегать таких проблем, как искажение информации, неточность или неясность ее *передачи*¹. Действительно, эти нежелательные моменты «оказывают дезинформирующее воздействие» на переводчика в процессе его творчества. Искажение информации вообще «вводит в заблуждение адресата перевода». Чтобы не

¹ Интересный научный комментарий по этому поводу можно найти в книге Л.К. Латышева и В.И. Провоторова «Структура и содержание подготовки переводчиков в языковом вузе», с. 74. Кроме того, авторы данной работы охватывают множество вопросов переводческой деятельности и дают свои советы и разъяснения в отношении, например, перевода текста, переводческих трансформаций, содержания процесса перевода, формируемых в процессе выполнения заданий умений, технологии перевода и пр. — *Прим. авт.*

попадать в такие проблемные ситуации, как раз и надо четко знать, в чем именно состоит специфика тематики, специфика переводческих действий и как надо развивать свою стратегию перевода.

Постигнув суть перевода, его операциональное понимание, переводчик далее задумывается, как же ему в том или ином конкретном случае решить возникшую проблему, понять то, что с трудом поддается пониманию, и как выразить понятое достаточно адекватно. И в этом случае, по нашим наблюдениям, переводчик остается как бы один на один со своими проблемами. Нередко он так и не знает, откуда призвать помощь. И тем не менее в современную эпоху такая помощь есть и вполне может быть запрошена переводчиком. Это, прежде всего, *огромные*, ранее невиданные возможности, которые сейчас имеются у переводчика в виде «электронных словарей», которые могут подсказать переводчику те или иные версии перевода, или использование тех или иных специально подготовленных словарей для работы в соответствующем жанре. Дело в том, что именно в этих источниках информации многие проблемы, сбивающие с толку начинающего переводчика, решены.

Надо просто знать эти конкретные словари и справочники и эффективно ими пользоваться применительно к избранной сфере деятельности.

Любой человек, когда-либо занимавшийся переводом материалов, например, по *аудиту* (проверке финансовой отчетности), знает, сколь сложной является данная тематика. Здесь *абсолютно необходимо* знать принятые в этой сфере термины и обороты речи. Естественно, что переводчик в один момент не может усвоить те финансовые формулировки, которые специалисты этой области сами *оттачивали на протяжении десятилетий*. При этом у специалистов аудита *борьба* идет за каждый термин, каждое понятие. Не случайно в странах Запада постоянно, из года в год издаются стандарты по терминологии финансовой отчетности. В России таких справочников пока очень мало, но они уже стали появляться. Дело в том, что картина финансового состояния фирмы может быть по-разному представлена, и многое зависит в том числе и от тех терминов, которые используются.

Следовательно, без эффективных справочников в этой области переводчику не обойтись. Есть ли такие справочники? Да, есть. Откроем, например, словарь "Dictionary of Accounting Terms" by Joel G. Siegel and Jae K. Shim (1995). Впоследствии, кстати сказать, словарь был переведен на русский в издательстве «Инфра-М». Словарь содержит 2500 *«высокоспециализированных» терминов* в сфере аудита и бухучета. Поставим вопрос: что значит *«высокоспециализированный»* термин? По нашему мнению, это — термин, известный лишь *узкому кругу специалистов*, работающих в этой отрасли. Естественно, что *бесполезно* открывать и словарь Вебстера, насчитывающий свыше полумиллиона слов, и любой другой неспециальный словарь. Ясно, что только обращение к *специальным словарям и справочникам* может помочь переводчику понять, о чем идет речь, использовать надлежащую терминологию и таким образом переводить весьма эффективно.

Теперь изложим эти мысли применительно к задачам обучения переводу текстов. После того как переводчик освоит теоретические положения о переводе, например, изучаемые им в языковом вузе, он приступает к выполнению всякого рода заданий на перевод (как в нашем «Практикуме») и к собственно практике перевода текстов для организаций.

Приступая к практике перевода, переводчик должен знать, *в какой сфере* он хочет специализироваться. Приведенный нами выше пример по аудиту абсолютно ясно показывает, что без специализации в жанре перевода научиться профессионально переводить будет очень трудно, если иметь в виду действительно профессиональный перевод, который по своим достоинствам был бы, как это принято говорить в контрактах, *равноценен* документу оригинала. Если так ставить вопрос, то специализация для переводчика необходима. Итак, что требуется переводчику на начальном этапе его деятельности в плане информационной поддержки? Это — специализированный учебный словарь объемом в 3500—5000 единиц (ключевых слов и словосочетаний). Это, собственно говоря, *понятийная база* переводчика. Не усвоив ее, невозможно будет переводить эффективно.

Примером отбора лексики такого плана может служить, по нашему мнению, изданный В.Н. Крупновым словарь «Язык де-

лового общения» (М.: Астрель, АСТ, 2003). В нем представлены 5000 гнезд на русском и английском языках, т. е. свыше 5000 терминов, которыми надо овладеть, чтобы далее специализироваться в переводе *деловой* литературы. В словаре даны переводческие соответствия, характерные для данного жанра.

Словарь существенно сокращает время накопления тех или иных соответствий в памяти переводчика. К примеру, для усвоения 2500 упомянутых выше понятий в сфере аудита без словаря потребуется минимум несколько лет. А с помощью словаря переводчик может в десятки раз выиграть во времени.

Словарь объемом в 3500—5000 ключевых слов и словосочетаний — это только *первый* лексикографический инструмент в работе переводчика. Далее он должен покорять более высокие рубежи. Переводчик должен иметь словарь, например, полностью на английском или в англо-русском варианте, *объемом в 20000 слов и словосочетаний*. Оригинальным и уникальным изданием в этом плане для переводчика, работающего в сфере деловой литературы, является "Longman Business English Dictionary" (Pearson Education Limited, 2000).

В словаре дается ясное толкование 20000 единицам из сферы бизнеса. Приводятся и *американские* эквиваленты. Даются примеры на употребление этих единиц в устной речи и в письменных материалах (например, цитаты из "The Financial Times" и "The Wall St. Journal"). Как показывает наш опыт обучения переводу деловых текстов в вузах, использование словаря такого рода в течение ряда лет приведет переводчика к тому, что многие термины, примеры, толкования данного словаря он будет помнить наизусть, и сам сможет творчески и свободно оперировать этими терминами и словосочетаниями. Другими словами, переводчик в своей работе *все время* в дальнейшем будет опираться на гигантскую информационную базу данного словаря, естественно, используя, когда это нужно, и *другие* словари и справочники.

Итак, мы видим, что в процессе овладения профессией переводчик на разных этапах развития своей карьеры ("career ladder") пользуется разными словарями и постепенно *овладевает* понятийно-терминологической базой своей сферы специализации.

ции. В этих условиях переводческий труд будет доставлять истинное удовольствие и служить для переводчика предметом гордости.

Пройдя этот первоначальный путь специалиста, переводчик, естественно, далее будет использовать ценные новые энциклопедии, справочники, электронные словари, стремясь найти наиболее надежные источники информации. Но самое главное при этом то, что, овладев стратегией перевода и основной терминологической базой, переводчик сможет оценивать информацию должным образом и видеть те или иные оттенки в смысловом содержании текста. Одним словом, успех в карьере переводчика требует прохождения примерно такого пути.

- Алимов В.В.* Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации. — М.: УРСС, 2004.
- Англо-русский словарь американского сленга. — М.: Инфосерв, 1994.
- Аристов Н.Б.* Основы перевода. — М.: Изд-во лит. на иностр. яз., 1959.
- Арнольд И. В.* Стилистика современного английского языка. — Л.: Просвещение, 1973.
- Бархударов Л.С.* Язык и перевод. — М., 1975.
- Беляев Б.В.* Очерки по психологии обучения иностранным языкам. — М.: Просвещение, 1965.
- Беляев Б.В.* Психологический анализ процесса языкового перевода // Иностранные языки в высшей школе. Вып. II. — М.: Росвузиздат, 1963.
- Бенедиктов Б.А.* Психология овладения иностранным языком. — Минск, 1974.
- Бенедиктов Б.А.* Общие и темпоральные особенности устного перевода и владения языками: докт. дисс. — Л., 1972.
- Берков В.П.* О словарных переводах // Мастерство перевода. — М.: Советский писатель, 1971.
- Берков В.П.* Слово в двуязычном словаре. — Таллин, 1977.
- Бизнес: Оксфордский толковый словарь: Англо-русский. — М.: Прогресс-Академия, 1995.
- Борисова М.* Муки слова // Лит. газ., 1971, # 29.
- Брушлинский А.В.* Взаимосвязь процессуального и личностного аспектов мышления (методологический анализ) // Мышление: процесс, деятельность, общение. — М., 1982.
- Булатов А.И.* Русско-английский словарь по нефти и газу. — М.: Руссо, 1998.
- Бычкова СМ.* Аудиторский словарь / Под ред. В.Я. Соколова. — М.: Финансы и статистика, 2003.
- Верецагин Е.М.* Из истории возникновения первого литературного языка славян (Переводческая техника Кирилла и Мефодия). — М.: Изд-во МГУ, 1971.
- Виссон Линн.* Русские проблемы в английской речи. Слова и фразы в контексте двух культур. — М.: Р. Валент, 2003.
- Гак В. Г.* Иноязычные выражения в произведениях В.И. Ленина и их перевод // Тетради переводчика. Вып. 7. — М.: Междунар. отношения, 1970.
- Гальперин И.Р.* Большой англо-русский словарь: В 2 т. Вступление. — М., 1972.
- Гачечиладзе Гиви.* Художественный перевод и литературные взаимосвязи. — М.: Советский писатель, 1972.
- Гвишиани Н.Б.* Современный английский язык. Лексикология — М.: Изд-во МГУ, 2000.
- Даль В.* Пословицы русского народа. — М.: Гослитиздат, 1957.

- Денисенко Ю.А.* К проблеме функциональных (переводческих) соответствий в английском языке некоторым типам русских конструкций с отглагольным именем существительным: канд. дисс. — М., 1964.
- Жданова И.Ф., Скворцова М.В.* Русско-английский словарь. Банки, биржи, бухгалтерский учет / Под ред. В.В. Зражевского. — М.: Русский язык, 2002.
- Зимняя И.А., Чернов Г.В.* Вероятностное прогнозирование в процессе синхронного перевода // Предварительные материалы экспериментальных исследований по психолингвистике. — М., 1973.
- Казакова Т.А.* Практические основы перевода. — СПб.: Изд-во «Союз», 2003.
- Карпов И.В.* Психологическая характеристика процесса понимания и перевода учащимися иностранных текстов // Вопросы теории и методики учебного перевода. — М., 1950.
- Кашкин И.А.* Для читателя-современника. Статьи и исследования. — М.: Советский писатель, 1968.
- Климзо Б.Н.* Русско-английский словарь общеупотребительных в научно-технической литературе слов и словосочетаний. Свыше 30000 терминов: В 2 т. — М.: ЭТС, 2002.
- Климзо Б.Н.* Ремесло технического переводчика. Об английском языке, переводе и переводчиках научно-технической литературы. — М.: Р. Валент, 2003.
- Комиссаров В.Н.* Слово о переводе. — М.: Междунар. отношения, 1973.
- Комиссаров В.Н.* Современное переводоведение: Учебное пособие. — М.: ЭТС, 2001.
- Копанев П.И.* Вопросы истории и теории художественного перевода. — Минск, 1972.
- Королькевич В.А., Королькевич Ю.В.* Англо-русский словарь живого финансово-экономического языка. — М., 2003.
- Крупное В.Н.* Англо-русский словарь современной общеупотребительной лексики. — М.: Астрель, 2003.
- Крупное В.Н.* В творческой лаборатории переводчика. — М.: Междунар. отношения, 1976.
- Крупное В.Н.* Курс перевода / Под ред. Л.С. Бархударова. — М.: Междунар. отношения, 1979.
- Крупное В.Н.* Лексикографические аспекты перевода: Учебное пособие. — М.: Высшая школа, 1987.
- Крупное В.Н.* Пособие по общественно-политической и официально-деловой лексике. — М.: Высшая школа, 1984.
- Крупное В.Н.* Психологический анализ трудностей перевода: канд. дисс. — М., 1971.
- Крупное В.Н.* Язык делового общения. Русско-английский словарь. — М.: Астрель. АСТ, 2003.
- Кунина А.В.* Английские идиомы. — М.: Учпедгиз, 1937.

- Латышев Л.К., Семенов А.Л.* Перевод: теория, практика и методика преподавания: Учебное пособие. — М.: Изд. центр «Академия», 2003.
- Латышев Л.К., Провоторов В.И.* Структура и содержание подготовки переводчиков в языковом вузе: **Учебно-методическое** пособие. — М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2001.
- Левый Иржи.* Состояние теоретической мысли в области перевода // Мастерство перевода. — М.: Советский писатель, 1970.
- Леонтьев А.А.* Психолингвистические единицы и порождение речевого высказывания. — М.: Наука, 1969.
- Леонтьев А.Н.* Проблемы развития психики. — М., 1981.
- Маркс К., Энгельс Ф.* Соч. — М.: Госполитиздат, 1961. - Т. 21.
- Международные стандарты финансовой отчетности. — М.: Изд-во «Весь Мир», 2003.
- Миньяр-Белоручев Р. К.* Общая теория перевода и устный перевод. — М.: Воениздат, 1980.
- Моль А.* Теория информации и эстетическое восприятие. — М.: Мир, 1966.
- Мосты: Журнал переводчиков. — М.: Р. Валент, 2004, № 2.
- Назарова Т.Б.* Английский язык делового общения: Курс лекций и практикум. — М.: Астрель, 2004.
- Назарова Т. Б.* Словарь общепотребительной терминологии английского языка делового общения. — М.: Астрель. АСТ, 2002.
- Нешумаев И.В.* Англо-русский словарь современной деловой лексики. — М.: Русский язык, 2003.
- Озеров Л.* Выбор и предпочтение // Иностранная литература, 1972, # 2.
- Пегачева З.А.* Некоторые психологические вопросы обучения устному переводу // Бюллетень коллоквиума по экспериментальной фонетике и психологии речи, № 2. - М., 1959.
- Ревзин И.И., Розенцвейг В.Ю.* Основы общего и машинного перевода. — М.: Высшая школа, 1964.
- Рецкер Я.И.* Курс перевода с английского языка на русский язык для 3, 4, 5 курсов переводческого факультета. Ч. 1. — М., 1973.
- Рецкер Я.И.* Теория перевода и переводческая практика. — М.: Междунар. отношения, 1974.
- Словарь современного жаргона российских политиков и журналистов / А.В. Моченов и др. — М.: Олма-Пресс, 2003.
- Стрелковский Г. М., Латышев Л.К.* Научно-технический перевод. — М., 1980.
- Ступин Л.П.* Лексикография английского языка. — М., 1985.
- Судзиловский Г.А.* Сленг — что это такое? Англо-русский словарь военного сленга. — М.: Воениздат, 1973.
- Федоров А.В.* Основы общей теории перевода. — М.: Высшая школа, 1968.
- Федоров Б.Г.* Новый англо-русский банковский и экономический словарь. — СПб.: Лимбус Пресс, 1999.

- Циммерман М.Г., Веденева К.З.* Русско-английский словарь переводчика. — М.: Наука, 2000.
- Чужакин А.* Общая теория перевода и переводческой скорописи. — М.: Р. Валент, 2002.
- Чуковский К.И.* Высокое искусство. О принципах художественного перевода. — М.: Искусство, 1964.
- Швейцер А.Д.* Перевод и лингвистика. — М.: Воениздат, 1973.
- Швейцер А.Д.* Возможна ли общая теория перевода? // Тетради переводчика. Вып. 7. — М.: Междунар. отношения, 1970.
- Ширяев А.Ф.* Синхронный перевод. — М., 1979.
- Allen's Synonyms and Antonyms. — London, 1938.
- American Heritage Dictionary of the English Language/Ed. by William Morris. — American Heritage Publ. Co., Inc., 1976.
- Amos, F.R.* Early Theories of Translation. - N.Y., 1920.
- Baker, Russel.* Observer: American Is Cheap Talk // The New York Times, 1970, Sept. 15.
- Barnhart, C.L. et al.* Barnhart Dictionary of New English Since 1963. — Barnhart/Harper & Row Publishers, 1973.
- Brewer's Dictionary of Phrase and Fable. — Harper & Row Publishers, 1963.
- Brown, Roger.* Words and Things. — Glencoe, 1958.
- Burten, Raffel.* The Forked Tongue. A study of translation process. — The Hague, 1971.
- Catford, J.C.A* Linguistic Theory of Translation. — Ldn., Oxford Univ. Press, 1969.
- Concise Oxford Dictionary of Current English / Ed. by J.B. Sykes. — Oxford Univ. Press, 1972.
- Darmstadter, H. W.V.O.* Quine on Translation: Doct. diss. — Princeton Univ., 1967.
- Despatie, G.* Modern Linguistic Research Applied to the Process of Translation: Doct. diss. — Columbia Univ., 1967.
- Dolan, John M.* Translation and Meaning. An Examination of Quine's Translational Indeterminacy Hypothesis: Doct. diss. — Stanford Univ., 1969.
- Encyclopaedia Britannica. — Ldn., 1911.
- English-Russian Oil Business Glossary** / Ed. by E. Khartukov. - М.: Олимп-Бизнес, 2004.
- Etymological English Dictionary / Ed. by **Walter W. Skeat.** - Oxford, 1879-1892 (**Fourth** ed., 1910).
- Fang, A.* Some Reflections on the Difficulty of Translation // On Translation. — N.Y., 1966.
- Farmer, John S.* Slang and Its Analogues, **Past** and Present. A Dictionary, Historical and Comparative, of the Heterodox Speech of All Classes of Society for More Than Three Hundred Years. - N.Y., 1965.
- Flexner, Stuart B. and Wentworth, H.* Dictionary of American Slang. — N.Y., 1967.

- Forster, L.* Aspects of Translation. Studies in Communication. Vol. 2. — Ldn., 1958.
- Frost, William.* Dryden and the Art of Translation. — Yale Univ. Press, 1969.
- Funk and Wagnalls.* Standard Handbook of Synonyms, Antonyms and Prepositions. — Funk and Wagnalls, 1947.
- Geunther, Paul E.* Faithful Ugliness or Faceless Beauty: The Translator's Problem // The German Quarterly, Nov., 1962.
- Guinzbourg, V. Wit* and Wisdom of the United Nations. — N.Y., 1961.
- Hogan, H.* Dictionary of American Synonyms. — Philosophical Libr., 1956.
- Katzner, Kenneth.* English-Russian/Russian-English Dictionary. Revised and Expanded Edition. — New York, John Wiley & Sons, Inc., 1994.
- Lagerwall, E.L.* What's So Bad About Clichés? // Advertising Agency, Nov., 1953.
- Laird, Ch.* Webster's New World Thesaurus. - N.Y. and Cleveland, 1971.
- Lamb, S.M.* MT Research at the University of California // Proceedings of the National Symposium on Machine Translation. — Berkley, 1960. - P. 140–154.
- Longman Business English Dictionary. — Pearson Education Limited, 2000.
- Macura, P.* The Russian-English Dictionary of Electrotechnology and Applied Sciences. — New York, 1971.
- McLennan, G.* Britain: Mass Struggle Reaches New Heights // World Marxist Review, July, 1972.
- Miller, G.A.* The Psychology of Communication. — N.Y., 1967.
- Miller, G.A. and Beebe-Center, J.G.* Some Psychological Methods for Evaluating the Quality of Translations // Mechanical Translation, III, 1964.
- "New Complete Russian-English Dictionary" by Louis Segal. — N.Y., 1959.
- Nida, E.* Toward a Science of Translating. — Leiden, 1964.
- Oettinger, A.G.* Automatic Language Translation. — Cambridge (Mass.), 1960.
- Oxford Collocations Dictionary for Students of English. - Oxford Univ. Press, 2002.
- Oxford Dictionary of Business. — Oxford, N.Y., Oxford Univ. Press, 1996.
- Oxford English Dictionary (New English Dictionary) 13-vol. set / Ed. by James A. Murray, Henry Bradley, W.A. Craigie, and C.T. Onions. Editor of Supplements R.W. Burchfield. — Oxford Univ. Press, 1933/1976.
- Partridge, Eric.* A Dictionary of Clichés. — N.Y., 1966.
- Pei, M.* The World of Euphemisms // Words in Sheep's Clothing. - N.Y., 1969.
- Pernes, R. Bon De Sousa.* Categories, Translation and Linguistic Theory: Doct. diss. — Princeton Univ., 1966.
- Perrin, P.G.* Reference Handbook of Grammar and Usage. Derived from Writer's Guide and Index to English. — N.Y., 1972.
- Popovič, A.* The Concept of "Shift of Expression" in Translation Analysis // The Nature of Translation. Essays on the Theory and Practice of Literary Translation. — Bratislava, 1970.
- Postgate, J.P.* Translation and Translators. Theory and Practice. — Ldn., 1922.

- Quality of Translation// Proceedings of the IIIrd Congress of the IFT, Bad Godesberg (1959).-N.Y., 1963.
- Quine, Willard Van Orman.* Word and Object. — N.Y. and Ldn., 1960.
- "Random House Dictionary of Popular Words and Sayings" by Gregory Tittleman. — N.Y, Random House, 1996.
- Roget, P.* Thesaurus of English Words and Phrases Classified and Arranged as to Facilitate the Expression of Ideas in Literary Composition. — Ldn., N.Y, Toronto, 1962.
- Safire, W.* The New Language of Politics. — N.Y., 1968.
- Shorter Oxford Dictionary on Historical Principles / Ed. by William Little, H.W. Fowler, and Jessie Coulson; Revised by C.T. Onions. — Oxford Univ. Press, 1973.
- "Slang American Style" by Richard A. Spears. — NTC Publishing Group, 2nd ed., 1995.
- "Slang Thesaurus" by J. Green. — Penguin Books, 1999.
- Soule, R.* Dictionary of English Synonyms and Synonymous Expressions. — N.Y., 1959.
- Swan, M., Walter, C.* How English Works. - Oxford Univ. Press, 2002.
- TV Guide. Vol. 17, No 15, Apr. 12. — New York, 1969.
- Vogt, A.E. van, Hull, E. Mayne.* The Wishes We Make and Other Stories: Параллельные тексты на английском и русском языках / Сост. и перевод. Л.Д. Лебедева. - М.: Астрель. АСТ, 2002.
- Wagner, G.* On the Wisdom of Words. — Princeton (New Jersey), 1968.
- Wall, R. E.* Translation Quality and Its Measurement // Linguistic and Engineering Studies in Automatic Translation of Scientific Russian into English. Vol. 1. — Univ. of Washington Press, 1958.
- Weightman, J.G.* On Language and Writing. — Ldn., 1947.
- Weissman, S.N.* Foundations of a Theory of Translation for Natural Languages: Doct. diss. — Columbia Univ., 1965.
- Werz, Edward and Germain, Sally.* Phrases That Sell. — Contemporary Books, USA, 1998.
- Whorf, B.L.* Language, Thought and Reality. Selected Writings of Benjamin Lee Whorf. — Cambridge and N.Y, 1956.
- "Word Finder" by J. Rodale. - Rodale Books, Inc., 1947.
- Young, R.E.* Theories of Translating Poetry in Victorian England: Doct. diss. — The Univ. of Michigan, 1964.
- Zilahy, S.* Quality in Translation// Proceedings of the IIIrd Congress of the I.F.T. - N.Y., 1963.

Учебное издание

Крупное Виктор Николаевич

ПРАКТИКУМ ПО ПЕРЕВОДУ
С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Учебное пособие для вузов

Книга издается в авторской редакции

Художник *Н.Е. Ильенко*
Художественный редактор *А.Ю. Войткевич*
Технический редактор *Н.И. Тростянская*
Компьютерная верстка *А.И. Мамаев*
Корректор *З.Ф. Юрескул*

Лицензия ИД №06236 от 09.11.01

Изд. №А-394. Подп. в печать 27.08.04. Формат 60x88¹/₁₆. Бум. офсетная. Гарнитура «Ньютон». Печать офсетная. Объем 17,11 усл. п. л. 17,61 усл. кр.-отт. Тираж 3000 экз. Заказ № 4392.

ФГУП «Издательство «Высшая школа», 127994, Москва, ГСП-4,
Неглинная ул., д. 29/14.

Тел. (095) 200-04-56
<http://www.v-shkola.ru>
E-mail: info@v-shkola.ru

Отдел реализации тел.: (095) 200-07-69, 200-59-39
факс: (095)200-03-01
E-mail: sales@v-shkola.ru

Отпечатано на ФГУП ордена «Знак Почета»
Смоленская областная типография им. В.И. Смирнова,
214000, г. Смоленск, пр-т им. Ю. Гагарина, 2.

ДЛЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ



English

Учебное пособие по английскому языку

ISBN 5-06-004966-3



9785060049664

