



### С иностранного на неродной О состоянии переводческой профессии и русского языка

*Д.М. Бузаджи*

Рок-н-ролл мертв, а мы еще нет.

*Б. Гребеничиков*

Меня, как и моих коллег, часто спрашивают: «А правда, что скоро переводчики будут не нужны? Говорят, машины сегодня так хорошо переводят, что людям скоро работы не останется». Такие вопросы задают, наверное, последние лет 50, и все-таки до «судного дня» и восстания машин еще далеко. Судьба переводческой профессии действительно вызывает опасения, но главная угроза исходит не от прогресса в компьютерах, а от регресса в головах.

Почему профессионалы остаются не у дел? Во-первых, потому, что может отпасть необходимость в результате их деятельности. Кому, скажем, сегодня требуются услуги сокольника или продукция изготовителя лаптей? (Кое-кому, впрочем, требуются, но мы к этому вопросу еще вернемся.) Во-вторых, человека может вытеснить с рынка труда машина: за гвоздями и петлями для дверей мы нынче обращаемся отнюдь не к кузнецам. Но есть и третий, менее очевидный вариант, когда и услуга или продукт вроде бы нужны, и машина точно так же сделать не может, но

вот требования к качеству настолько снизились и перепутались, что уже неважно, кто за работу берется: профессионал, дилетант или микросхема.

Я вполне допускаю, что переводческое ремесло как профессия скоро канет в Лету, но не потому, что «Гугл» научится переводить как Любимов или Суходрев, а потому, что существующие или потенциальные профессиональные переводчики, люди по определению умные и талантливые, наконец махнут рукой на эту безнадежную и плохо оплачиваемую мусть и пойдут реализовывать себя в других областях.

Тут, конечно, можно было бы привести две страницы переводческих ляпов из самых разных областей жизни. Честно говоря, даже не хочется, потому что скучно и любой их может найти сам в каком угодно количестве. Впрочем, чтобы не быть голословным, один пример включу. Не так давно мне прислали для справки пресс-релиз одной часовой компании на французском (это, скорее всего, первоначальный вариант), английском и русском языках. Приведу один пассаж, смысла ко-

того ни на русском, ни на английском я так и не понял (речь идет о том, почему новая коллекция марки носит название Rive):

- Enfin, en français, Rive fait référence à son homonyme rivière, telle la rivière qui coule dans la continuité du lac Léman et à la notion d'infini, deux symboles de la première campagne de la marque.

- Finally, Rive in French references its namesake – a river flowing in continuity with Geneva Lake and infinity; both symbols of the first campaign.

- И, наконец, слово *Rive* во французском языке указывает на одноименную реку, вытекающую из Женевского озера, и бесконечность; это символы первой кампании.

Хоть я и не знаток французского языка и швейцарской топонимики, я засомневался, что близ Женевы течет река Рив (а как еще понять словосочетание «одноименная река»?) и что это слово указывает на бесконечность. Что такое *river flowing in continuity with Geneva Lake and infinity*, понять даже и пытаться не стоит.

За разъяснениями я обратился к профессиональному переводчику, работающему с французским языком. Прочитав вариант перевода (чернового, сделанного на скорую руку) из его письма:

Наконец, название RIVE по звучанию напоминает французское слово «ривьер» – «река». Имеется в виду река, несущая свои воды сквозь Женевское озеро. Река – символ бесконечности. Река и бесконечность – два ключевых символа первой рекламной кампании марки.

И далее комментарий:

Они эксплуатируют якобы омонимию (пишут homonyme) слов *rive* (берег) и *rivière* (река). Понятно, что слова однокоренные, но они не лингвисты, простим им это. И приплетают сюда... тот факт, что река бесконечна – течет себе и течет, и, наконец, женевскую штучку: Рона сна-

чала впадает в Женевское озеро в 70 км от Женевы, а затем (прямо в квартале Rive) вытекает из него. Т.о., Женевское озеро – это река Рона, расширившаяся до 16 км... И озеро получается не застойное, а текущее в бесконечность.

Теперь все ясно; как говорится, слева – текст, справа – подтекст. Слова обретают смысл и даже некоторую эстетическую привлекательность. Правда, читателям английского и русского переводов это абсолютно недоступно, но это несколько не волнует пафосных девушек, рассказывающих про «миссию бренда», обещающих в письмах «вернуться ко мне с ответом» (разумеется, калька с английского *get back to you*) и интересующихся моим «прелиминарным согласием». Готовы были бы они или их начальники потратить дополнительные усилия и/или деньги, чтобы заказать перевод моему коллеге? Сомневаюсь. Лучше, конечно, чтобы реку Рону в переводе не переделывали в реку Рив, но для заказчика разница неприципиальна: лишь бы в пакете для прессы (он же «пресс-кит», конечно) вовремя оказался красиво оформленный файл с нужным названием, остальное – «некритично».

Тут неисправимые оптимисты должны сказать, что один такой случай ничего не значит. Что это неприятное исключение, а так вокруг полно отличных переводчиков и мудрых заказчиков, но, позвольте, где они? Куда посмотреть, чтобы увидеть не мрачное исключение, а светлое правило? СМИ, реклама, кино, художественная литература, документация? Что-то, куда ни взглянешь, везде эти «исключения».

В прошлом номере «Мостов» вышла замечательно показательная в этом отношении статья С.А. Сергеенкова о работе кинопрокатной компании<sup>1</sup>. Из нее мы узнаем, что названия фильмов переводят

<sup>1</sup> Сергеенков С.А. Киноперевод – взгляд за кулисы // Мосты. Журнал переводчиков №2(46), 2015. – С. 58–63.

## Анализ практики

в соответствии с представлениями маркетологов о целевой аудитории кинотеатров, а перевод самих фильмов поручают агентствам, отобранным отнюдь не за качество выдаваемых ими текстов, а по критериям чисто коммерческим, организационным. В результате — будем откровенны — никакого полноценного перевода фильмов ни в кинотеатрах, ни на телевидении у нас нет. Есть в лучшем случае более или менее грамотное изложение сюжета усредненным языком с отдельными устарелыми красотами и отдельными новомодными коявостями. Для седьмой части боевика с погонями и перестрелками годится. А вот, например, тонкие, остроумные, местами едкие, местами пронзительно-лиричные «Симпсоны», выдающееся произведение современного искусства и живая летопись нашего времени, русскоязычной аудитории совершенно недоступны. То, что иногда показывают по нашему телевидению, — надругательство и осквернение, которое стоило бы преследовать по закону.

Падение профессионализма, крушение престижа нашего ремесла выражается не только в низком качестве переводов, но и в изменении переводческих приемов, способов решения тех или иных переводческих задач. Я уже на страницах журнала об этом упоминал<sup>2</sup>, но сейчас стоит взглянуть на этот процесс повнимательнее.

Итак, на мой взгляд, в наши дни переводчик утрачивает авторитет как профессиональный межкультурный посредник, а от его текста все чаще требуется не творческое воспроизведение коммуникативного эффекта и функциональных особенностей оригинала средствами переводящего языка, а подстрочник. Переводчику как бы дают понять: мол, не надо химичить с оригиналом, люди поумней тебя сочиняли. Напиши как есть, получи свои три копейки и отойди в сторону — дальше мы

<sup>2</sup> Бузаджи Д.М. Остановите маятник. Ответ на статью М.А. Орла «Перевести нельзя перенести». Мосты. Журнал переводчиков, №3(27), 2010. — С. 34–46.

сами разберемся. Для дилетанта ситуация весьма даже выгодная. Лучше переводить он и не умеет, а тут, к счастью, лучше и не требуется. И пока профессионалы потрясают кулаками, пьют валидол или подолгу копаются с текстами, делая по старинке лишнюю работу, дилетант уже все обстряпал и взял новый заказ.

Изменения в доминирующей переводческой практике (иначе — в нормах перевода) удобно проследить на примере имен собственных. Если раньше символические названия было принято передавать практической транскрипцией, то теперь — переносить в перевод в латинской графике. Если раньше затранскрибированные названия писались в кавычках (по правилам русского языка), то теперь — без кавычек (как в английском). Если раньше названия иностранных газет записывались кириллицей и звучали в радио- и телеэфире без артиклей — теперь с артиклями. Если раньше названия учебных заведений, мероприятий, премий, организаций и т.п., то есть реальные собственные имена, принято было переводить по смыслу, теперь все чаще мы видим прямой графический перенос или транскрипцию. Если раньше переданные с помощью смыслового перевода имена собственные записывались в соответствии с правилами русского языка (скажем, где-то со строчной буквы, где-то с заглавной буквы, но только в первом слове), то теперь распространяется практика писать каждое слово с прописной буквы (как в английском). Если раньше при передаче топонимов было принято сверяться с атласом (где, скажем, многословные названия написаны через дефис), то теперь достаточно на глазок записать с английского (без всяких дефисов).

Этот перечень можно продолжать и продолжать. Даже удивительно, как прицельно и системно, хоть и неосознанно, нынешние переводчики, заказчики, маркетологи и пишущая братия выбивают из

узуса все, что связано с русским языком и выдает некую самостоятельность мышления межъязыкового посредника. Вместе с кириллицей, кавычками, дефисами в топонимах, запятыми в десятичных дробях и строчными буквами в названиях под нож пошли склонения. Чтобы записать название «бренда» кириллицей и поставить его в косвенный падеж, по нынешним временам нужна смелость камикадзе.

От греха подальше пытаются перестать склонять и, например, имена людей. Когда-то я перевел несколько книжек голландского писателя Дика Брюны (Dick Bruna). В ряде обзоров и на сайтах интернет-магазинов вместо, например, «стихи Дика Брюны» красуется «стихи Дика Бруна». И это показывает не только страх перед склонениями, но и перед неочевидной для человека со школьным английским транскрипцией. Ну и что, что языки бывают разные и правила чтения везде свои? Ну и что, что и в бумажном, и в электронном виде есть таблицы практической транскрипции, помогающие решить большинство вопросов? Нынешние нормы предполагают не практическую транскрипцию, а – не побоюсь этого слова – транслитерацию. Написано *и* – пиши «у», неважно в каком языке и в какой позиции. Стоит ли после этого удивляться бесконечным «Тангам» и «Джиангам» в переводах, где фигурируют китайцы? Коллеги-преподаватели, если на лекциях вы привыкли говорить, что транслитерация как способ передачи имен собственных осталась в прошлом, пора подкорректировать свои конспекты.

А о передаче говорящих имен вы еще студентам рассказываете? Зачем? Кто вас будет слушать, если, согласно нынешним нормам, и тут предписано не суетиться и давать «как есть»? «Малефисента», «Интерстеллар», «Kingsman: Секретная служба», «Бердмэн», «Ровер», «Zapped. Волшебное приложение» – все это офи-

циальные русские названия фильмов, вышедших в 2014 г. Точно так же не стоит больше заострять внимание на неологизмах (и безэквивалентной лексике в целом). В наши дни принято все непонятное переносить в текст в исходной графике (в лучшем случае – в транскрипции). Каламбуры, игра слов, аллюзии, замены образов – все это уже алхимия, улыбки авгуров. Понимающий может замахнуться на что-то в этом роде в расчете на горстку понимающих, но широкой переводческой и околочеродческой общественности до этого дела нет.

Пару лет назад студент нашего факультета переводил в качестве курсовой работы фрагмент знаменитого в Америке антифашистского комикса Арта Шпигельмана *Maus*. В комиксе рассказывается о тяжелой судьбе польских евреев во время холокоста, причем евреи изображены как мыши, нацисты – как кошки, поляки – как свиньи и т. д. Слово *Maus* – это «мышь» по-немецки. Читается примерно как и английское слово с тем же значением, только последнее пишется *mouse*. В результате англоязычный читатель и понимает, что речь пойдет о мышах, и делает вывод из написания слова, что будет что-то про Германию. Студент с научным руководителем остановились на переводе «Мышь». Помню, мы тогда на кафедре одобрительно посмеивались: «А что? Неплохо». Есть и прозрачность внутренней формы, и иностранность звучания. Может, немецкий подтекст пропал, зато ощущается в таком написании что-то от еврейской фамилии, а это тоже весьма уместно. Но недавно издательство «АСТ» выпустило русский перевод, который называется, естественно, «Маус». Чего, спрашивается, наши коллеги мудрили?

Конечно, все то, о чем я писал выше, подпадает под понятие интерференции, переводческой универсалии, выделенной Гидеоном Тури. А раз это универсалия,

то можно заявить, что ничего особенно нового и угрожающего в нынешней ситуации нет. И все-таки количественные изменения имеют свойство переходить в качественные. Конечно, «непереваренная» форма иностранного языка нарушает естественность перевода на любой язык и в любую эпоху. Но одно дело, когда речь идет о единичных случаях, воспринимаемых большинством как недочеты, и совсем другое — когда речь идет о повсеместной практике, почти что норме.

Теперь давайте сделаем неприятные, но напрашивающиеся выводы. В отличие от сторонников Ф. Шлейермахера, В. Беньямина, Л. Венути и прочих адептов форинизации, мы не можем удовлетворенно рассуждать о плюсах просвечивающего в русских переводах английского языка. Мы, представители функционально-коммуникативного подхода, привыкли к мысли о том, что перевод должен читаться как текст, написанный на русском языке, и что для достижения этого необходимо ориентироваться на прецедентные неперевожденные произведения в том же стиле и жанре. И вот тут-то кроется большая неприятность, потому что ориентироваться, увы, больше не на что.

Позволю себе процитировать начало небольшой заметки для глянцевого журнала в своем переводе:

Дариус Намдар — восходящая звезда английской индустрии гостеприимства, и, надо сказать, звезда с неплохим гардеробом. В прошлом сотрудник финансовой сферы, он решил попробовать себя на другом поприще, и впервые привлек к себе внимание как метрдотель в принадлежащем Крису Корбину и Джереми Кингу ресторане «Вулсли» (The Wolseley) на Пиккадили. Затем в Мэрилебоне открылся отель с рестораном «Чилтерн Файрхауз» (Chiltern Firehouse), который сотворил сенсацию десятилетия и мгновенно стал излюбленным местом для всевозможных знаменитостей. В качестве метрдотеля гостей

встречал не кто иной, как Дариус. Заказать столик здесь было задачей не из легких, и Намдар превратился в весьма нужного человека, знакомством с которым дорожат. Но, когда дела в новом заведении пошли как по маслу, Дариус вернулся к Корбину и Кингу и теперь отвечает за прием гостей в ресторане «Колони Гриль Рум» (Colony Grill Room), который они открыли в прошлом году в «Бомонте» (Beaumont). И вот уже флюгер модных ветров повернут в сторону этого пятизвездочного отеля в Мэйфере. Чувствуете тенденцию?

Но разве правильно было бы так переводить, если бы я действительно соображался с прецедентными текстами, скажем, со статьями из журнала GQ? Там пишут иначе:

Голливудские **tent-pole movies** начались чуть раньше, с «Челюстей», но где теперь те «Челюсти»?

У массового помешательства (а в залах **Anaheim Convention Center** и далеко за его пределами в эти дни наблюдалось именно оно) есть вполне понятные причины. Для очень многих «Звездные войны» были первым сильнейшим детским/подростковым кинопечатлением. Там очень грамотно прописана линия так называемого **андердога** — простого сельского паренька, волею судеб оказавшегося спасителем Галактики.

**Креативным** директором марки **Façonnable** не так давно стал Дэниел Кернс. Для **бренда** это большая удача, потому что Кернс, хоть его имя и не на слуху, настоящий талант.

Кернс учился дизайну мужской одежды в **Royal College of Art** в Лондоне.

Судя по **лукбуку**, у него это получилось.

Я отлично понимаю, что выписывать уродливые заимствования — занятие затягивающее, как лузгание семечек, и отвлекаться на него не стоит (тем же, кто хочет поговорить о вопросе заимствований серьезнее, стоит ознакомиться с замечатель-

ной статьёй В.К. Ланчикова «Семь заблуждений относительно заимствований»<sup>3</sup>). Но дело не в отдельных курьезах, выловленных на просторах Интернета, а в системном сдвиге. Можно ли по-прежнему требовать от студентов и от себя чистоты языка и максимальной «переведенности» (чтобы в переводе не было невразумительной непроанализированной экзотики), ссылаясь на принцип: «Чтобы звучало, как будто сказано по-русски»? Да нет, видимо. По-русски нынче так никто не говорит.

Нас хорошо учили прятать иностранные концы оригинала. Мы работали, набивали шишки и наконец научились. Причем научились не только обходиться без экзотизмов, но и блюсти чистоту «спектра языка»: выстраивать тему и рему, учитывать лексическую сочетаемость, менять подчинение на сочинение, снимать лишние местоимения, передавать подлежащно-сказуемые предложения не подлежащно-сказуемыми, убирать из позиции подлежащего неагенса, наводить логический порядок в перечислениях, проверять совместимость образов, добавлять связующие элементы, не забывать про наречия, подтягивать богатую синонимию и так далее, и так далее. Научились, огляделись по сторонам — и что же? Эффект вышел обратный. Наши переводы со спрятанными концами не слились с массой оригинальных русских текстов, а стоят в ней особняком, как памятники какой-то дряхлой (хоть и славной) эпохи.

Переводите так, как будто автор писал текст по-русски, говорили нам. Мы и переводим, но только англоязычные авторы у нас выходят не просто русскими, а весьма специфическими русскими: средних лет, консервативными, не в меру интелли-

гентными, воспитанными на советской и досоветской литературе. Такие, конечно, живут среди нас и сегодня, но тон прецедентных текстов задают не они.

Причем нельзя сказать, что мы просто своевольничаем, навязываем оригиналам отсутствовавшие в них черты. Да нет, большинство текстов, с которыми я имею дело, написаны вполне нормальным английским языком, даже не без претензии на литературность. Они не пестрят новомодными заимствованиями и в общем — если судить не по содержанию, а по языку — могли быть написаны и 20, и 40 лет назад. Но в России так усердно заклеили все языковые явления, ассоциирующиеся с советской эпохой, и так основательно забыли дореволюционный укус, что культурного слоя как будто больше нет. Там, где в английском — продолжение долгой традиции (только в данном случае в глянцево-журнальном или кинофильме), в русском функционально сопоставимом тексте — какой-то пиджин варвара, который так обрадовался зеркальцу и бусам, что решил и в речи подражать доброму бледнолицему.

Слово *bespoke*, если верить Уэбстеру, известно в английском языке с 1607 г. *Bespoke suit* я, не подозревая худого, передаю как «костюм, пошитый на заказ». Но редактор глянцевого журнала меняет на «костюм *bespoke*» (а может, на «*bespoke* костюм»: память травматические воспоминания вытесняет). Правка с точки зрения узуса слова *bespoke* в английском языке, безусловно, нелепая, но с точки зрения ориентации на сопоставимые неперевожденные тексты не такая уж странная. Вон как сегодня выражаются компатриоты (орфографию и пунктуацию сохраняю):

Настоящий **BESPOKE** Костюм — это не просто одежда, это знак Отличия, пропуск в привилегированное общество. В мире бизнеса и политики это то, что подчеркивает Ваш статус, делая Вас особенным!

<sup>3</sup> Ланчиков В.К. Семь заблуждений относительно заимствований // Мосты. Журнал переводчиков, №№3(7)–4(8), 2005. (Также размещена на сайте «Думать вслух»: <http://www.thinkaloud.ru/featurelr.html>).

## Анализ практики

Костюм «bespoke tailoring» - это английский термин, пришедший к нам со знаменитой улицы Savile Row. Буквально переводится как «костюм, сшитый на заказ портным». (Да, именно так и переводится. I bought a blue bespoke tailoring. – Д.Б.)

В настоящий момент bespoke – это самый высокий уровень портновского мастерства. Это традиции, ставшие в портновском деле искусством. Это одежда шитая практически полностью вручную. Это колоссальный комплекс технологий и эстетики одновременно. Если угодно, *hote couture* на каждый день. (И знанием французского автор тоже блеснул очаровательно. – Д.Б.)

Так что, если продолжать разговор о ситуации с переводом на русский язык и его преподаванием, нельзя не обратить внимания на тему современного русского языка.

Не буду ходить вокруг да около и сразу выскажу мысль, от которой делается грустно, но которая многое объясняет. Мне кажется, что русский язык в глазах своих носителей утратил всякий престиж. Говорить русским языком без примесей иностранщины о чем-то интересном, прогрессивном, свежем, модном сегодня больше не принято, почти невозможно. Подчеркиваю, речь идет не только о новых явлениях науки и техники, которые приходят из-за границы, как правило, со своими иноязычными названиями, а вообще обо всем.

«Le Picnic – это городской маркет, где можно приобрести работы местных дизайнеров, художников и прочих рукоделов, попробовать еду от независимых гастро-проектов, встретиться с друзьями и просто хорошо провести время», – это про состоявшееся недавно в Москве модное мероприятие. Ну конечно, кто пойдет на «Пикник»? Вот *Le Picnic* – совсем другое дело. И современного горожанина, видимо, обидит предложение покупать товары на ярмарке – на ярмарки ходят бабки с

кошелками. Молодой адекватный горожанин пробует на маркете еду от проектов.

Ладно бы только речь шла о заимствованиях – дорогие сограждане не гнушаются даже изобретением англоподобных слов и словосочетаний, которые носителями английского языка либо не употребляются вовсе, либо употребляются в других значениях. Откуда заимствовано, допустим, слово «догхантер», которое наши СМИ любят употреблять применительно к маньякам, травящим собак по дворам? В английском языке узуального сочетания *dog hunter* с таким значением нет. А новомодный «гламур», лишь отдаленно напоминающий достопочтенный английский *glamour*?

Мы разуверились в возможностях русского языка порождать интересные, емкие, занятные неологизмы. Готов поспорить на что угодно, что, если бы пылесос изобрели только сейчас, никаким пылесосом он не стал бы, а назывался бы, скорее всего, «вакуумным клинером». Даже что-то свое мы пытаемся соорудить из английских корней или хотя бы пристегивая к концу слова «-инг». Как назвать опасное занятие шалопаев, разъезжающих на крышах электричек и между вагонами? Естественно, «зацепинг» или «электричкинг» (24 000 и 9 000 результатов в «Яндексе» соответственно).

А если не новое слово «с прононсом на “-инг”», то хотя бы старое, но в несвойственном ему значении или с непривычной сочетаемостью – все что угодно, лишь бы подпрыгнуть повыше и показать свой английский язык завидующим массам. Кому сегодня объяснять, что *ambitious* не значит «амбициозный», что *challenges* не значит «вызовы», что *find out more* – это не «узнать больше», а «дополнительная информация», что *24/7* – это не «24 часа в сутки, 7 дней в неделю», а «круглосуточно» и что *two years ago today* – это не «сегодня два

года назад», а «ровно два года назад»? Нет, правда, кому?

Недавно в новостях какой-то унылый чиновник предлагал москвичам посетить какое-то действие в Манеже, где в программе значился в том числе и флэш-моб. Честное слово, захотелось расцеловать в дряблые щеки товарища Огурцова: он был не менее бездарен, но хоть не зазывал на флэш-моб.

Кстати, о чиновниках. Сильно заблуждаются те, кто полагает, будто иностранничанье свойственно только молодым выпендренникам или прожженным западникам, «пятой колонне». В том-то и горький комизм нашего времени, что ничего подобного.

Вот пресс-секретарь Путина Дмитрий Песков говорит об «имплементации» минских соглашений. Неужто это слово легче, понятнее, короче, державнее «исполнения»? Ничего подобного — просто звучит «трендовее». Патриарх в интервью рассуждает о гаджетах, блюстители духовных скреп из Общероссийского народного фронта — о национальной идентичности, и это глубоко символично: вместо своеобразия, самобытности (одно из значений английского *identity*) мы действительно выбираем копию, подобие.

А вот пример поскромнее — содружество поэтического рока «Даждь». «Слово “Даждь” в переводе с церковнославянского означает “дай”, — пишут они на сайте. — Для инициаторов содружества рок-искусство есть, в первую очередь, возможность делиться с людьми своими мыслями чувствами, способ нести с помощью творчества поддержку и вдохновение. Среди участников содружества много православных христиан». Казалось бы, хоть здесь-то можно отвести душу. Но вот в руки попадает книжка, изданная православными рокерами. Координатором проекта указана «Аня “Даждь” Студёная». Вполне возможно, прекрасной души чело-

век, но речь не об этом. Привычка ставить прозвища (или что это вообще?) между именем и фамилией — простой перепев с английского, где в ходу конструкции типа *Dwayne 'The Rock' Johnson* (в нашем кинопрокате, естественно, Дуэйн Скала Джонсон, а не хотя бы Дуэйн Джонсон (Скала)). Любопытно, как на слух даже девцев прозвучали бы такие «имена», как Александр «Освободитель» II, Алексей Михайлович «Тишайший» Романов, Всеволод «Большое Гнездо» Рюрикович или Святой Максим «Грек» Триволис? А по оппозиционному и западническому «Дождю» Вася Аккерман ведет программу с названием «Вася». В общем, что «Дождь», что «Даждь»... Одни играют в традиционную патриархальность, другие — в прогрессивный либерализм, но отчего-то русский язык неизменно оказывается в проигрыше.

Многие рассуждения на тему современного русского языка не идут дальше стенаний по поводу его «порчи» или бесстрастной констатации того, что все клучшему. Но интересно было бы разобраться в причинах или хотя бы поставить о них вопрос. Возможно, дело в извечной болезненной неразделенной любви России к Западу. Любви, заискивающей, жаждущей и не получающей признания, а потому так легко переходящей в ненависть. В последнее время эта тенденция, видимо, обострилась и уже мало что может быть высказано по-русски без оглядки на Запад (а конкретно — на английский язык, как бы олицетворяющий сейчас западную культуру).

Почему, например, в Плесе, городе Левитана, который так истово преподносят нам как образец неиспорченной русской глубинки, в кофейне рекламируется «творожная кулейка — наш ответ чизкейку», а суздальский праздник огурца в туристической брошюре называют ответом венецианскому карнавалу? Почему в меню



## Анализ практики

костромского ресторана с фольклорным душком «Горячие яства» соседствуют с перечнем водок под заголовком «Мадэ ин Раша»? Откуда это маниакальное желание кому-то отвечать или быть как бы не хуже кого-то, свидетельствующее об изначальной вторичности? И неужели так трудно понять, что, если уж нам так дороги западные ценности, то первым долгом стоило бы усвоить уважительное, но без шовинизма отношение к собственному языку и культуре и научиться быть самими собой, причем не в подражание и не в пику кому-либо?

Эти бесконечные англицизмы, затрудняющие понимание текста и размывающие его стилистический образ (все ли навскидку знают, что такое tent-pole movie, андердог, плейсмет, барбершоп?), — свидетельство того же самого. Для русских важнее желания полно и точно донести до соотечественников фактическую и стилистическую информацию стало желание показать некую причастность к западной (англоязычной) культуре. Мол, это неважно, если вы не поймете, что я хотел сказать, а тем более как именно, главное — чтобы было видно, что я тоже по-английски умею и не лыком шит.

Таким образом, русский литературный язык превращается в жаргон<sup>4</sup>. Чисто жаргонные функции — отделить «своих» от «чужих», обозначить свою принадлежность к группе, представляющей престижной, — выходят на первый план. Переводить на жаргон — это, конечно, интересная стилистическая задача в рамках

<sup>4</sup> Разумеется, я употребляю «литературный язык» как термин, обозначающий «основную, наддиалектную форму существования языка, характеризующуюся большей или меньшей обработанностью, полифункциональностью, стилистической дифференциацией и тенденцией к регламентации» (ЛЭС). При этом приведенные в статье и проанализированные при ее написании примеры взяты в основном из языка СМИ, официально-деловой и разговорной речи. Вопрос о процессах, происходящих в современной русской художественной литературе, стоило бы рассмотреть отдельно.

конкретного произведения, но заниматься этим постоянно, тем более когда «стилизацию» общество принимает за чистую монету, довольно уныло.

Жаргонизация русского языка и утрата им престижа тесно связаны с обесцениванием переводческого дела в глазах заказчиков и реципиентов, о котором я писал в начале статьи. В идеальной ситуации исходный язык (ИЯ) и переводящий язык (ПЯ), а также культуры их носителей воспринимаются как в равной степени ценные, и, несмотря на некоторое сходство внешних черт, между ними чувствуются серьезные различия. Чтобы осуществлять посредничество между такими языками, не греша против смысла текста на ИЯ и не совершая насилия над ПЯ, нужен профессионал, услуги которого соответствующим образом оплачиваются. Если же ИЯ и его культура представляются неизмеримо более престижными, чем ПЯ со своей культурой; если есть ощущение, что пропасти между ними нет, а есть лишь незначительные различия, объясняющиеся несовершенством ПЯ; если в любом носителе культуры ПЯ предполагается желание как можно быстрее овладеть внешними признаками культуры ИЯ, то какой уж тут профессионализм? От переводчика-человека все чаще требуют не больше, чем от переводчика-машины: напомнить значение незнакомых слов, помочь разобраться с общим смыслом — и хватит. При таком раскладе переведенный по всем правилам текст может иного получателя даже обидеть: неужели ему отказывают в знакомстве с достоянием прогрессивного человечества (отсюда нынешние нападки на советский перевод, якобы ориентированный на малограмотные массы)?

Коллеги-устники, кстати, нередко рассказывают истории о том, как наши соотечественники, желающие, чтобы разные зарубежные вельможи, сенаторы и адмиралы, непременно узнали, что вот

живет в таком-то городе Петр Иванович Бобчинский, просят не переводить, говорят, что «все и так понимают», а потом задают вопросы как раз о том, на что только что был дан ответ. Эх, шут с ним, с пониманием — зато неграмотным перед заморским гостем себя не выказал!

Какие из всего этого сделать выводы? Бодрячески порекомендовать не сдаваться и пообещать, что все будет хорошо, нет душевных сил. А звать на баррикады смешно. Впрочем, конечно, бороться с тем, что представляется глупым и вредным, надо. Хотя бы пассивно — не бежать впереди паровоза, не быть — вспомним Шварца — первым учеником. Не переводить и не писать хуже, пошлее, циничнее, чем вынуждают обстоятельства.

Что касается преподавания, то, видимо, настала пора честно объяснить студентам, что им предлагается не функционально-коммуникативный подход в чистом виде, опирающийся на авторитет сопоставимых оригинальных текстов, а некий его вариант, преследующий дополнительные культурные цели. В конце концов, жаргону, языковому неряшеству, неуважению к собственному наследию учить не надо: их и так осваивают на лету, дурное дело не хитрое. Так что, если уж учиться, то чему-то в лингвистическом плане более интересному.

Наконец, вернусь к мысли о сокольниках, кузнецах и им подобных. Дело в том, что и сегодня они кое-кому нужны, но уже не всем подряд, а узкому кругу це-

нителей с особыми запросами. Будь то зажиточные любители старинной охоты, или фанаты этнографических штуквин, или бутафоры, или дизайнеры стильных ресторанов.

Переводчикам и преподавателям часто в качестве последнего аргумента говорят: «А чего вы хотите? Рынок!» Ну, положим, рынок, но кто сказал, что рынок переводческих услуг непременно должен быть диким и нищенским? Конечно, на рынке может быть потребность в крайне дешевых массовых товарах, при производстве которых качество играет далеко не первую роль. Но есть и товары класса люкс, рассчитанные на потребителя, который готов доплачивать за индивидуальный подход и исключительность. Если все же давать какие-то советы и высказывать чаяния, то хотелось бы увидеть появление на рынке перевода элитного сегмента, позволяющего ценителям смысловых и стилистических нюансов за дополнительные деньги заказать особо качественный перевод, привлекательный как раз непохожестью на словесный ширпотреб. И пускай хороший перевод — раз уж он перестал быть обязательным — станет хотя бы модным. Мода — явление не самое интеллектуальное, но мода на хорошие вещи не раз спасала и спасает профессионалов во многих областях, которые без нее давно оказались бы не у дел.