

Д.М. Бузаджи

### Разбор одной контрольной

В процессе обучения письменному переводу студенты пишут контрольные работы – выполняют в аудитории переводы текстов, соответствующей данному курсу сложности. В этой статье я хотел бы проанализировать результаты одной из таких работ, предложенной студентам III курса переводческого факультета МГЛУ в 2009 г. Думается, этот материал интересен в первую очередь тем, что он дает возможность описать закономерные явления в достаточно большом количестве переводов одного и того же текста, выполненных людьми с приблизительно одинаковым уровнем подготовки. Тем более что положительный опыт подобной работы у кафедры перевода английского языка МГЛУ есть: достаточно вспомнить интересные переводческие эксперименты, которые в 60–70-х годах проводил со студентами старших курсов Я.И. Рецкер<sup>1</sup>. Кроме того, читателям, не знакомым с преподаванием перевода в МГЛУ, возможно, будет небезынтересно узнать, на каких текстах ведется обучение, какие требования предъявляются к переводам и насколько студентам удается этим требованиям соответствовать.

Итак, трем группам студентов, изучающим английский язык в качестве второго (что, однако, никак не влияет на преподавание в этих группах перевода английского языка и критерии оценок), был предложен для перевода следующий текст:

#### **Bill Gates gets 4 million emails a day**

The next time you're sifting through the mortgage offers, cheap Rolex watches or dubious business proposals from Nigeria, spare a thought for Bill Gates. The Microsoft founder is the most spammed man in the world, with 4m emails arriving in his inbox each day.

Steve Ballmer, Microsoft's chief executive, told a conference in Singapore that being the world's best-known software billionaire has its downside: "Bill receives 4m pieces of email per day, most of it spam."

The upside of the Microsoft founder's bulging inbox is that it appears to have focused his mind on the problem.

Spam is regarded as perhaps the biggest threat to the internet, with some experts putting it as high as 80% of the world's online traffic.

The company is working on a number of solutions, including software that replies automatically to email messages from users not known to that computer. Microsoft is also working with internet firms AOL, Yahoo and EarthLink to verify the identity of the sender of an email message.

A North Carolina man who raked in \$24m (£13m) from peddling junk products and pornography under a false name this month became the first felony conviction under a United States anti-spam law, and faces up to nine years in prison.

Unlike ordinary people though, Mr Gates doesn't get a sore finger from deleting unwanted missives. The company has a team of people dedicated to ensuring he only gets mail that he wants to read. (The Guardian, November 19, 2004)

Сначала необходимо вкратце указать критерии, по которым данный текст был выбран в качестве контрольного. Так как преподавание перевода начинается только на III курсе, тексты для контроля отбираются относительно простые как в лингвистическом, так и в содержательном отношении. Проблема, описанная в данном тексте, должна быть понятна без привлечения дополнительных источников; скрытых аллюзий, специфических культурных реалий, смысловых переключек с неизвестными студентам другими текстами

---

<sup>1</sup> См., например, Я.И. Рецкер. О переводческом эксперименте // Тетради переводчика. – М., 1974. – с. 31–40.

в материале не содержится. Объем текста (1468 знаков с пробелами) соответствует требованиям программы. Во время написания контрольной работы студентам разрешалось пользоваться любыми словарями и справочниками (было приятно видеть, что многие студенты принесли не только двуязычные словари, но и толковые словари английского и русского языков, а также другие переводческие пособия).

При всем том, в тексте есть ряд сложных мест, которые способны выявить, насколько тот или иной студент овладел переводческими навыками, насколько осмысленно и творчески он подходит к работе. Места, которые с большой вероятностью могут вызвать затруднения, видны априори. К ним относятся:

- **The next time you're sifting through the mortgage offers, cheap Rolex watches or dubious business proposals** from Nigeria – яркое, живое начало, задающее тон статье, читатель должен сразу же узнать признаки типичной рекламной рассылки; кроме того, могут возникнуть трудности с согласованием однородных членов, которые в оригинале относятся к одному глаголу.
- **the most spammed man in the world** – очевидна необходимость грамматической перестройки.
- **being the world's best-known software billionaire has its downside** – в этом отрезке сразу две непростые задачи: во-первых, словосочетание *software billionaire*, как и многие подобные сочетания с существительным в роли определения, потребует трансформации в переводе, а во-вторых, трудности возникнут с передачей *being* в роли подлежащего.
- **The upside of the Microsoft founder's bulging inbox is that it** appears to have focused his mind on the problem – сложная, отчасти запутанная синтаксическая структура без перестройки приобретет в русском переводе канцелярско-невразумительный вид; кроме того, сочетание *bulging inbox* обозначает не агента действия, а его причину, так что в переводе, возможно, потребуется передать *bulging inbox* с помощью второстепенного члена предложения.
- **Microsoft is also working with** internet firms AOL, Yahoo and EarthLink **to verify** the identity of the sender of an email message – пример довольно частной, но характерной и распространенной трудности: хотя перевод «...работает с... чтобы» теоретически возможен, и глагол «работать» и придаточное цели в данном случае будут крайне неудачны стилистически; к сожалению, неестественное употребление этих конструкций уже стало приметой переводного языка.
- Абзац, начинающийся словами «A North Carolina man...», на первый взгляд, довольно прост, но, как мы увидим дальше, он требует серьезных перестроек по соображениям актуального членения.
- **Mr Gates doesn't get a sore finger from** deleting unwanted missives – стилистически интересная задача: в оригинале мысль выражена при помощи шутливой гиперболы, при переводе будет важно сохранить яркость и разговорность выражения, не нарушив при этом общей тональности публицистической статьи и не преувеличив мягкую экспрессивность английского выражения.
- Отдельно следует упомянуть проблему передачи имен собственных, а конкретнее, применительно к данному случаю, – названий фирм. На занятиях студентам говорят о необходимости передачи таких имен собственных методом практической транскрипции, однако в студенческих переводах регулярно встречаются случаи прямого графического переноса в латинской графике.

Итак, посмотрим, как переводящие справились с этими и другими задачами.

### 1-й абзац

В целом, студенты с переводом первого абзаца справились. В большинстве случаев им удалось найти варианты приемлемого согласования однородных членов: подобрать удачный глагол (или глагольное сочетание) для передачи *to sift through* и соотносящиеся с ним существительные, обозначающие содержание электронных сообщений. Например:

- В следующий раз, когда вы будете **удалять письма с рекламой** ипотечного кредитования, **призывами** купить часы «Ролекс» по низкой цене или сомнительными деловыми **предложениями** из Нигерии...<sup>1</sup>
- Когда вы **обнаружите, что ваш почтовый ящик вновь переполнен предложениями** купить жилье под залог, **рекламой** часов «Ролекс» по специальной цене или сомнительными деловыми **предложениями** из Нигерии...
- В следующий раз, когда будете **искать нужные письма среди бесконечных предложений** ипотечного кредита или часов «Ролекс» по бросовой цене и деловых **сообщений** о возможном сотрудничестве из Нигерии... (отметим неудачное положение слов «из Нигерии» и свойственное этому переводу в целом стремление к неоправданной вольности)
- В следующий раз, когда будете **просматривать электронные письма с рекламой** дешевых часов «Ролекс», **предложениями** по ипотеке и сомнительными деловыми **проектами** из Нигерии...

Больше затруднений вызвал второй выделенный фрагмент этого абзаца. Во многих переводах находим грамматически и стилистически неуклюжие варианты, свидетельствующие о том, что навык грамматических и лексико-грамматических трансформаций еще в достаточной мере не освоен, а боязнь отступить от формальной стороны оригинала еще велика:

- Каждый день в почтовый ящик Билла Гейтса приходит 4 млн. писем – **самое большое количество спама на одного человека.**
- Именно на ящик основателя компании Microsoft приходит больше всего **спам-сообщений...**
- Основатель компании «Майкрософт» получает больше спама, **чем кто бы то ни было в мире.**
- Основатель корпорации «Майкрософт» – **самый заваленный спамом человек в мире...**

Алгоритм поиска переводческого решения в данном случае должен был выглядеть так: поняв, что все варианты перевода, построенные по модели: «Основатель «Майкрософта» – самый...», заводят в тупик, искать другие естественные для русского языка способы выразить ту же идею: абсолютное превосходство по количественному параметру. Те, кому удалось это сделать, нашли ряд удачных и элегантных вариантов:

- Основатель компании Майкрософт получает **рекордное** количество сообщений со спамом... (лексическое решение)
- Ведь основателю корпорации «Майкрософт» **больше всех на планете достаётся** от спамеров... (интересное лексическое решение, хотя слово «спамер» вызывает вопросы стилистического характера)

---

<sup>1</sup> Здесь и далее орфография и пунктуация переводящих сохранена. Орфографические и пунктуационные ошибки в настоящей статье не комментируются, но они учитывались при выведении оценок за перевод.

- **Никто в мире не получает столько спама**, как основатель компании «Майкрософт»... (антонимический перевод)

## 2-й абзац

В переводах первого простого предложения абзаца («Steve Ballmer, Microsoft's chief executive, told a conference in Singapore») можно отметить три характерных недочета. Самый серьезный из них – неверная передача должности Стива Балмера<sup>1</sup>. В некоторых вариантах генерального/исполнительного директора «Майкрософта» назвали *главой*, *президентом* и даже *главным администратором* компании<sup>2</sup>. Кроме того, во многих переводах было сохранено не ошибочное, но менее естественное в подобных случаях в русском языке постпозициональное приложение, а информация о месте выступления, не являющаяся смысловым центром высказывания, осталась под логическим ударением в конце предложения: «Стив Балмер, исполнительный директор компании «Майкрософт», сказал на конференции в Сингапуре, что...», тогда как логически и ритмически удачнее был бы вариант: «Выступая на конференции в Сингапуре, исполнительный директор компании «Майкрософт» Стив Балмер заявил, что...»

Фраза «being the world's best-known software billionaire has its downside», как и следовало ожидать, вызвала серьезные затруднения. Хотя словосочетание *software billionaire* в большинстве случаев было передано по смыслу правильно, многие варианты оказались неудачными с точки зрения стиля и ассоциативной точности:

- ...самого известного в мире миллиардера, **продающего программное обеспечение**... (создается ощущение, что Билл Гейтс сам стоит за прилавком)
- ...самому известному в мире миллиардеру, **основателю фирмы, выпускающей компьютерные программы**... (слишком многословно, указание на статус Билла Гейтса превратилось чуть ли не в биографический очерк)
- ...самого известного в мире миллиардера, **сколотившего свое состояние на разработке и продаже программного обеспечения**... (слово «сколотившего» привносит отсутствующий в оригинале оттенок неодобрительности)
- ...быть самым известным миллиардером и **бизнесменом в области программного обеспечения**... (хотя автор перевода пытается подстраховаться введением слова «бизнесмен», ни «миллиардер в области», ни «бизнесмен в области» не являются удачными, естественными сочетаниями)
- ...самого известного в мире **разработчика программного обеспечения с многомиллиардным состоянием**... (искажено представление о роде занятий Билла Гейтса: кажется, что он заработал миллиарды просто сидя за компьютером и удачно разрабатывая программы)

В ряде переводов слово *software* вообще передано не было. Причина ошибок и не самых удачных многословных вариантов понятна: из словосочетания *программное обеспечение* лаконичного атрибута сделать не получается, а отказаться от него совсем большинство начинающих переводчиков не рискует, боясь совершить смысловую потерю. Однако в данном контексте слово *software* не имеет терминологического характера (скажем, не противопоставлено *hardware*), оно употреблено только для того, чтобы компактно обозначить статус Билла Гейтса, статус, который на поверку оказывается не во

<sup>1</sup> Так его фамилия фигурирует на русскоязычной версии сайта компании «Майкрософт». Заметим, что игнорирование удвоенной согласной в таком написании представляется необоснованным. Что же касается гласного звука в первом слоге, то расхождение в русских транскрипциях фамилии *Ballmer* (*Бал(л)мер/Бол(л)мер*) можно объяснить тем, что в речи американцев, в зависимости от территориальных нюансов произношения, звуки [ɔ(:)] и [ɑ(:)] могут являться взаимозаменяемыми.

<sup>2</sup> О передаче на русский язык термина *Chief Executive Officer* см. П.Р. Палажченко. Мой несистематический словарь. – М.: Р.Валент, 2002. – с. 162–163.

всех отношениях завидным. Поэтому правильно рассуждали те студенты, которые, произведя обоснованную генерализацию, дали в качестве варианта *компьютерный миллиардер*. Правда, думается, стилистически удачнее было бы сочетание *компьютерный магнат*.

Общий строй всей фразы с *being* в роли подлежащего тоже вызвал затруднения. У кого-то не получилось произвести необходимую здесь грамматическую трансформацию, кто-то не нашел точного варианта для передачи слова *downside*:

- ...у жизни самого известного... **есть и своя обратная сторона**...
- ...**быть** самым известным... **имеет свои недостатки** (нарушение грамматического согласования)
- ...быть всемирно известным... **тяжело**... (в этом и ряде подобных вариантах есть смысловая неточность: в оригинале речь идет не о том, что у Гейтса вообще тяжелая жизнь, а только о том, в ней есть свои специфические недостатки)

При этом довольно большому числу студентов удалось с этой переводческой задачей справиться. Наиболее лаконичные – и, на мой взгляд, более удачные – варианты выглядели так:

- ...жизнь известнейшего... **имеет свои недостатки**...
- ...быть самым известным... **не так уж легко**...

### 3-й абзац

Этот абзац оказался одним из самых трудных. Буквалистическая передача грамматической структуры английского предложения вкупе с подстановкой первых попавшихся словарных значений в ряде переводов привела к полному исчезновению смысла:

- **Достоинство** переполненного почтового ящика основателя компании «Майкрософт» заключается в том, что его владелец полностью сосредоточен на этой проблеме.
- **Преимущество** переполненного ящика основателя Microsoft заключается в том, что он похоже **сфокусировал его мысли** на этой проблеме.

Варианты вроде следующего уже позволяют понять, о чем идет речь, но неудачны стилистически:

- ...кажется, переполненный **ящик** входящих сообщений **заставил** основателя «Майкрософта» сосредоточиться на решении этой проблемы.

Этот пример лишний раз иллюстрирует различия в употреблении подлежащих с обстоятельственным значением в английском и русском языках. Тогда как фраза оригинала звучит естественно и даже по-газетному легко, русский перевод вызывает недоумение. «Переполненный ящик» – это, по сути, не агент действия, а обстоятельство причины. Поставив «ящик» на место подлежащего (которое в русском языке, особенно за пределами официально-делового и научного стилей, обычно является агентом), переводящий совершенно не к месту



одушевил его и создал непредусмотренный комический эффект.

Умение видеть за формальной синтаксической структурой, специфичной для каждого языка, глубинные универсальные связи как раз и помогает переводчику преодолевать давление формы оригинала и создавать на переводящем языке точные, логичные, стилистически грамотные варианты. Из удачных решений, найденных во время контрольной работы, приведем это:

- Однако **в том, что** электронный почтовый ящик Гейтса битком набит входящими сообщениями, **есть и положительный момент**: похоже, эта проблема привлекла его внимание и теперь он во всю занимается ей. (все-таки вариант страдает многословием; вторую часть фразы можно было бы отредактировать как «похоже, теперь он взялся за проблему спама всерьез»)

#### 4-й абзац

Перевод этого абзаца особых затруднений не вызвал. Стоит отметить только встретившееся в нескольких работах искажение модальности: фразу «Spam is regarded as **perhaps** the biggest threat to the internet» переводящие сделали более категоричной, не передав смягчающего значения слова *perhaps*. Казалось бы, упущение мелкое, но неслучайно в англоязычной публицистике мы так часто встречаем слова *perhaps, possibly, arguably, one/some of (the best, the most, etc.)* – тем самым авторы статей избегают однозначных утверждений, которые могут не быть подкреплены объективными данными. Заменяя модальность вероятности модальностью действительности, переводчик, по сути, вкладывает в уста иноязычного автора заявления, под которыми бы сам автор не подписался.

#### 5-й абзац

Сделав отступление о вреде спама, автор английской статьи возвращается к «Майкрософту», на что англоязычному читателю указывает определенный артикль: «**The** company is working on a number of solutions». В переводе просто слова *компания* будет недостаточно: в предыдущем абзаце никакая компания не упоминалась, так что связность текста будет нарушена:

- ...некоторые эксперты утверждают, что на спам приходится 80% всей передаваемой в интернете информации. / В настоящий момент **компания** работает над возможным решением **проблемы**. (какая компания? какой проблемы?)

Гораздо выигрышнее звучат варианты, чьи авторы включили в перевод название компании и по меньшей мере перед словом *проблема* вставили местоимение *эта*.

К сожалению, как и следовало ожидать, во многих переводах конструкция *to work with somebody to do something* была передана буквально:

- «Майкрософт» также **работает с** такими интернет компаниями, как AOL, «Яху» и «ЭртЛинк» **для** проверки личности отправившего сообщение.
- «Майкрософт» также **сотрудничает с** такими интернет-концернами, как “AOL”, “Yahoo” и “Earthlink”, **для того, чтобы установить** личность отправителя электронного письма. (отметим, что, употребив совершенный вид глагола (*установить*), многие переводящие совершили еще и смысловое искажение: планомерная работа по установлению личности отправителей сообщений превратилась в единовременную операцию, направленную на вычисление отправителя некоего конкретного письма)

Вспомним, что речь в абзаце идет о том, какими способами «Майкрософт» борется со спамом. Только в первом предложении говорится о самостоятельных проектах компании, а во втором – о совместных. Если оторваться от английского синтаксиса и учесть не только узус русского языка, но и саму логику изложения темы, получим варианты вроде:

- Сейчас «Майкрософт» **вместе с** интернет-фирмами AOL, Yahoo и EarthLink **работает над созданием** программ, способных устанавливать личность отправителя.
- «Майкрософт» **в сотрудничестве с** интернет-компаниями “AOL”, “Yahoo” и “Earthlink” **разрабатывает** механизм проверки личности отправителя электронного сообщения. (заметим, что ради повышения связности и в этом и в предыдущем примере предложение стоило бы начать с *кроме того* или другого коннектора)

## 6-й абзац

Оказалось, что этот абзац стал для переводящих самым трудным, причем ошибки совершались как предсказуемые, так и самые неожиданные. Начнем с частных. Многих смутил глагол *rake in*, который в словаре Longman Dictionary of Contemporary English (LDCE) отмечен пометой *infml (informal)* и которому в Новом большом англо-русском словаре (НБАРС) соответствует вариант *загрэбать (деньги)*. Кто-то даже спрашивал во время контрольной, нужно ли передавать разговорность этого глагола (один из тех вопросов, на которые переводчик должен отвечать самостоятельно). Казалось бы, толковый словарь относит *rake in* к разряду разговорной лексики, а переводной словарь дает вариант, подходящий не только по значению и стилистической окраске, но и по происхождению (*rake = грабли*). Но переводческие решения нельзя рассчитывать только по книгам. В приведенных ниже вариантах разговорность, сниженность глагола выглядит искусственной. Она выделяется на фоне общей тональности статьи, предполагает не подразумеваемое в оригинале оценочное отношение журналиста к упомянутому человеку:

- Человек из Северной Каролины, который **сделал** 24 млн. долл. ...
- ...житель Северной Каролины, **сколотивший состояние в 24** миллиона долларов...
- Житель Северной Каролины, который **заполучил** 24 миллиона долларов...

Как хорошо известно профессиональным переводчикам, передать каждый стилистический нюанс в том же месте и тем же средством, что и в оригинале, зачастую невозможно. Именно поэтому, особенно при переводе художественных произведений, приходится прибегать к компенсации, в том числе вертикальной (с использованием средств другого уровня языка) и дистантной (компенсируя некоторое явления в другом месте переводимого текста)<sup>1</sup>. В данном случае несколько разговорный, отчасти шутливый оттенок статьи вполне ощущается в переводе и без яркого экспрессивного пятна на месте глагола *rake in*. Поэтому правильно поступили студенты (таких оказалось большинство), которые передали этот глагол более спокойным *заработал*.

Полным сюрпризом для меня стало то, что почти все переводившие поняли *junk products* как *наркотики*. Приведу выдержки из словарной статьи *junk*, содержащейся в НБАРСе: «**1.** 1) утиль, отбросы, макулатура... **2.** 1) ненужный хлам, старье... **3.** сл. наркотик, *особ.* героин». Видимо, на студентов повлияло соседство *junk products* с *порнографией*, и они выбрали наиболее «криминальную» интерпретацию. Интересно, что

<sup>1</sup> См. Яковлева М.А. Компенсация при передаче стилистически сниженных высказываний на разных уровнях текста: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2008. (<http://www.thinkaloud.ru/sciencesya.html>)

разговорность глагола *take in* была замечена и вызвала замешательство, но никто из давших неправильный перевод не обратил внимание на то, что *junk* в значении *наркотик* и в НБАРСе и в LDCE сопровождается пометой *сл. (sl.)* – сленг. Уже один этот факт должен был вызвать настороженность: в ровной по тону статье, напечатанной в серьезной газете, представить себе *junk* в этом значении трудно. И, конечно, сочетание *junk products* однозначно указывает на то, что речь идет не о наркотике (достаточно вспомнить о сходных по строению выражениях вроде *junk food* (вредная, калорийная пища), *junk mail* (тот же спам, но по обычной почте), *junk bond* (высокодоходная облигация с высоким уровнем риска) или просто представить себе, каким чудовищным стилистическим диссонансом было бы соседство слов *наркота* и *продукция*).

То, что *junk* не наркотики, мы выяснили, но как тогда это слово перевести? В лучшем случае студенты давали такие варианты: *низкопробные товары, некачественные товары, некачественная продукция*. В принципе, смысл они передают и за неимением лучшего подойдут. Но стилистически *некачественные товары* (в отличие от довольно разговорного *junk products*) «засушивают» предложение, налагают на него отпечаток юридического документа, чему свидетельством, например, такой студенческий перевод: «Житель Северной Каролины, под вымышленным именем торговавший некачественными товарами и распространявший порнографическую продукцию с помощью электронной почты...» Кроме того, в переводе возникает нежелательный смысловой оттенок: из-за безоценочности, «серьезности» словосочетания *некачественные товары* начинает казаться, будто преступление состояло не в навязывании товара, а только в том, что продукция оказалась низкого качества.

Конечно, работая с этим текстом в обычных условиях, переводчик мог и должен был бы найти дополнительную информацию об этом случае. Тогда он выяснил бы, что преступник, Джереми Джейнс, кроме порнографии в основном предлагал пользователям, перечислив на его счет скромный взнос, узнать легкий способ разбогатеть. С учетом этого перевод может выглядеть так: «...заработал 24 миллиона долларов [в переводе для русскоязычной аудитории пересчет на фунты стерлингов сохранять нет смысла], распространяя порнографию и предлагая всем желающим за деньги узнать способ быстрого заработка».

Во время контрольной работы возможности провести такие изыскания у студентов не было. Поэтому нельзя считать ошибкой то, что сочетание *junk products*, истолковано в более материальном, вещественном смысле (думается, английский журналист либо выразился неточно, либо сам не был в курсе всех подробностей). Таким образом, «контрольный», полученный без привлечения Интернета вариант перевода мог бы быть такой: «...заработал 24 миллиона долларов, торгуя порнографией и низкосортным ширпотребом».

На этом трудности шестого абзаца не заканчиваются. Во многих работах встречались еще две никак не ожидаемые мной ошибки. Отчасти пробелом в языковой подготовке можно объяснить перевод выражения *faces up to nine years in prison* как *был осужден на девять лет тюрьмы*. Безусловно, в оригинале имеется в виду не уже вынесенный приговор, а только максимально возможный срок заключения. Однако у совершивших эту ошибку была, видимо, и еще одна причина: их смутило слово *conviction*, (*осуждение*), употребленное в том же предложении. В оригинале это объясняется тем, что на момент написания статьи присяжные признали обвиняемого виновным, а судья приговор еще не вынес. Однако в переводе *осужден на девять лет тюрьмы* недвусмысленно указывает на окончательный приговор суда.

Не совсем понятны и причины, по которым многие споткнулись на сочетании *anti-spam law*. Среди вариантов попадались такие:

- ...согласно **антиспамовому** закону США...
- ...по закону США об **анти-спаме**... (что такое «анти-спам»?) и даже

- ... по закону о **распространении анти-спама**...

Между тем адекватных вариантов перевода этого сочетания множество: от предельно лаконичных (*закон о спаме, закон о борьбе со спамом*), до развернутых:

- ...по американскому закону, **направленному против спама**...
- ...закона **по борьбе с распространением спама**.
- ...законом США **по защите пользователей от спама**...
- ...закона **о запрете распространения спама**...

В начале статьи я упомянул о том, что шестой абзац потребует в переводе серьезных перестроений. Это связано с тем, что подача новой информации в нем происходит совершенно не в той последовательности, которая ожидалась бы в логичном русском тексте. Абзац начинается со слов: «**A North Carolina man...**» Это первое упоминание о нем, сведения об этом человеке относятся к реме, к коммуникативному центру высказывания. Англоязычному читателю на это указывает неопределенный артикль, а в русском переводе для сохранения коммуникативной структуры высказывания придется изменить порядок слов. Более того, придаточное предложение (начинающееся союзным словом *who*) также содержит новую, рематическую информацию. Если в переводе поместить это придаточное в середину главного предложения, как это сделано в оригинале, необходимого логического акцента на нем не будет. Рассмотрим перевод:

- Человек из Северной Каролины, который сделал 24 млн. долл. (13 млн. фунтов стерлингов), торгуя под чужим именем низкопробными товарами и порнографией, стал в этом месяце первым преступником, осужденным по американскому закону, направленному против спама, и ему грозит тюремное заключение сроком до 9 лет.

У читателя перевода складывается ощущение, что речь идет о каком-то известном человеке, журналист словно только напоминает, чем этот человек примечателен, и переходит к новости – *стал первым преступником, осужденным*<sup>1</sup>. Из-за нарушения коммуникативной структуры абзац выпадает из контекста. Некоторые переводящие почувствовали эту опасность и попытались ее предотвратить, например:

- В этом месяце впервые по закону США о спаме был признан виновным в уголовно наказуемом деянии мужчина из штата Северная Каролина. Мужчина обвинялся в том, что под вымышленным именем занимался мелкой торговлей безделушек и распространением порнографии. Преступника ждет лишение свободы сроком до 9 лет.

Автор совершенно верно рассудил, что начать первое предложение абзаца логичнее с обстоятельства, но рему в этом предложении выстроил неудачно. Читая этот перевод можно подумать, что раньше по этому закону обвиняли только женщин или только мужчин из других штатов.

Еще один интересный случай:

- В этом месяце впервые житель Северной Каролины был приговорен к 9 годам лишения свободы за то, что он заработал 24 000 000 \$ (£13 000 000), нелегально продавая в интернете некачественные товары и распространяя порнографию под чужим именем, что по закону США об анти-спаме считается уголовным преступлением.

---

<sup>1</sup> Хотя автор этого перевода передал *faces up to nine years in prison* верно, дословный перевод *conviction* (*осужденным*) в данном случае создает логическое противоречие. Если не знать о том, что *conviction* относится к вердикту присяжных, можно было дать, по крайней мере, *заключенным под стражу*.

Из-за небрежного порядка слов предложение обрастает непредусмотренными смыслами. Как и в предыдущем примере, складывается впечатление, что первым подсудимым, проходящим по этой статье, этот человек стал только в своем штате. Кроме того, из этого перевода следует, что Джереми Джейнса осудили не за рассылку спама, а за то, что он заработал столько денег. Неудачно и расположение слов *под чужим именем*: можно решить, что распространение порнографии под своим именем в США уголовным преступлением не считается.

Так как никто из студентов синтаксическую перестройку этого абзаца до конца не довел, предложу свой вариант перевода: «В этом месяце впервые в юридической практике США человека привлекли к суду за распространение спама как за совершение тяжкого уголовного преступления. Обвиняемый, житель Северной Каролины, заработал 24 миллиона долларов, под вымышленным именем торгуя порнографией и низкосортным ширпотребом. Теперь ему грозит тюремное заключение сроком до девяти лет».

### 7-й абзац

С переводом этого абзаца большинство студентов справились довольно хорошо, но, как и можно было предположить, затруднения вызвал оборот *Mr Gates doesn't get a sore finger from deleting unwanted missives*. Журналист, завершая статью, говорит, что Гейтсу не приходится самому удалять спам, что, переводя дословно, у него от удаления нежелательных сообщений «палец не болит». Важно понимать, что в этой фразе нет никого сарказма, язвительности, насмешки, никакого подтекста – только все та же взятая журналистом легкая, чуть шутливая интонация. Однако в некоторых переводах беззлобный, не имеющий критической направленности юмор журналиста приобрел обвинительный тон:

- Однако в отличие от обычных людей Гейтс **и пальцем не пошевелил**, чтобы удалить нежелательные сообщения. (кроме того, непонятно, почему использовано прошедшее время и совершенный вид глагола, ведь речь идет не о единичном случае в прошлом)
- Но в отличии от других людей, мистер Гейтс **и пальцем не шевелит**, чтобы удалять нежелательные сообщения. (хотя вид и время здесь выбраны логичнее, получилось не лучше: использованный переводчиком идиоматический оборот употребляется с глаголами совершенного вида (*пошевелить, шевельнуть, двинуть*), а глагол несовершенного вида (*шевелить*) разрушает идиоматический смысл выражения и создает комизм)
- Однако, в отличие от простых людей, Гейтсу **ни горячо ни холодно** от того, что он удалит ту или иную ненужную записулку. (наряду с искажением смысла и нелогичной грамматикой (как человеку может быть все равно **от чего-то**, а тем более чего-то, что случится в будущем?) отметим экзотическое и не продиктованное никакими переводческими соображениями стилистическое решение конца фразы)
- В отличие от обычного человека, Билл Гейтс **не удосуживается** удалять нежелательную почту сам.

Практика показывает, что подобного рода ошибки при переводе англоязычной публицистики встречаются довольно часто. Начинающим переводчикам в силу тех или иных причин трудно дается сдержанная шутливость – в их вариантах полуулыбка иностранного журналиста то и дело приобретает характер язвительной насмешки. Не допускать появления оценочности там, где она не предусмотрена оригиналом, – одно из тех правил, которые переводчик публицистики всегда должен держать в голове.

Выражение *doesn't get a sore finger* оказалось коварным: понять его легко, и сразу же кажется, что подходящий русский вариант вертится на языке. Но в поспешном переводе вместо необходимой легкости получается сумбур. В некоторых вариантах утомительное для пальцев удаление спама в результате неудачных переводческих решений превратилось чуть ли не в каторжный труд:

- В отличие от многих других людей, господин Гейтс не жалуется, что от постоянного удаления нежелательных сообщений **у него уже болят все пальцы**. (стоит упомянуть, что стандартное для англоязычной прессы *Mr* перед фамилией мужчины (как и *Miss*, *Mrs* и *Ms* перед фамилией женщины) специальной передачи не требует, однако некоторые студенты упорно ставят в переводах *мистер* или *господин*, тем самым то превращая статью в художественное произведение, то приписывая журналисту пренебрежительно-ироничный тон в отношении упоминаемых им людей, то наводя на перевод галантерейно-продвинутой лоск, тем более нелепый, когда рядом оказываются сочетания вроде *господин Гейтс* и *болят все пальцы*).
- Однако, в отличие от обычных людей, Билл Гейтс **не стирает руки в кровь**, удаляя нежелательные сообщения.
- Однако если вы думаете, что у Билла Гейтса **скоро отвалится палец** удалять нежелательные сообщения, то вы ошибаетесь. (помимо излишней залихватскости варианта отметим грамматически странное сочетание *отвалится палец удалять*)
- Что же касается Билла Гейтса, ему, в отличие от обычных пользователей, не приходится **сбивать пальцы**, удаляя ненужные письма.

В ряде переводов, казалось бы, верные со стилистической, экспрессивной и оценочной точек зрения решения звучат неудачно из-за тяжеловесности, неестественности строения фразы, которое уничтожает всю шутливость:

- Но в отличие от обычных людей, Гейтс **не натрет мозолей на пальцах**, удаляя нежелательную почту.
- Однако, в отличие от простых людей, удаление ненужных писем **не доставляет Гейтсу головной боли**.
- Однако, в отличие от обычных людей, Гейтсу **не грозит мозоль на пальце** от удаления нежелательных сообщений.
- В отличие от обычных людей, мистер Гейтс **наврядли заработает мозоль**, бесконечно удаляя спам.

Из всех предложенных переводящими вариантов, самыми удачными следует признать те, чьи авторы отказались от образности: *Гейтсу не приходится удалять... самому*, *Гейтс не утруждает себя удалением* и т. п. В них степень экспрессии снижена, но в данном случае это меньшее зло по сравнению с неточными или неловкими конструкциями, которые только затрудняют понимание и сбивают легкий ритм оригинала. Однако можно поискать решения, более соответствующие замыслу журналиста.

Идея с мозолью на пальце неплоха, но авторам процитированных выше примеров мешали деепричастные обороты и конструкции с предлогом «от», гириями висевшие на концах предложений. От этих конструкций можно просто избавиться, а почему Гейтс мог бы натереть мозоль, будет ясно и из контекста (на всякий случай идею удаления сообщений можно выразить говоря об «обычных людях»): «Впрочем, в отличие от обычных людей, которым самим приходится чистить свой почтовый ящик, Гейтсу мозоль на пальцах не грозит. В «Майкрософте» есть целый отдел, который следит за тем, чтобы ему поступала только нужная почта».

### Кириллица или латиница?

Как можно было заметить по цитируемым примерам, в передаче названий компаний единообразия нет: ряд студентов использовали метод практической транскрипции, о котором им не раз говорилось на занятиях, ряд перенесли в перевод названия компаний в латинской графике, за что и получили помету о стилистической ошибке на полях. Мне могут возразить: «А что, собственно, такого? Разве мы не видим латинское написание на каждом шагу: в газетах, журналах, в рекламных плакатах, в Интернете, наконец? Кто сказал, что это неправильно?»

Эта статья, конечно, не самое подходящее место для обсуждения такого серьезного вопроса, как передача имен собственных. Однако, чтобы избежать упрека в догматизме и вкусовщине, мне кажется необходимым привести некоторые доводы в обоснование моей позиции.

На передачу в переводе названий компаний переводоведы смотрят по-разному. Так, Р.С. Гиляревский и Б.А. Старостин в качестве основного метода называют транскрипцию, допуская возможность перевода входящих в состав названия родовых понятий, обозначающих род деятельности компании<sup>1</sup>. Возможность прямого переноса этими авторами даже не рассматривается. Д.И. Ермолович предлагает разные методы в зависимости от типа текста: «Названия компаний в общем случае подлежат либо прямому графическому переносу в латинской графике в текст перевода, либо практической транскрипции и не должны содержать элементов перевода, не считая родовых слов *компания, корпорация* и т. п. В деловой корреспонденции и документации, а также и в газетной практике названия иностранных деловых компаний должны приводиться в оригинальном написании на латинице. Такая система утвердилась в последнее время благодаря ряду удобств – она не порождает ошибочных вариантов транскрипции и не создает таких трудностей, какие могут возникнуть при восстановлении исходного названия компании из русского варианта... Метод графического переноса не применяется в художественном переводе»<sup>2</sup>.

Нельзя не согласиться с тем, что методика передачи имен собственных должна выбираться в соответствии с типом переводимого текста и даже с его индивидуальными особенностями. Но однозначная рекомендация применять в переводах газетных текстов метод прямого переноса мне представляется не вполне оправданной. Во-первых, если и считать, что эта система в последнее время утвердилась, то не только «благодаря ряду удобств», но и, думается, просто потому, что переводчику и журналисту писать название на латинице легче: задумываться над транскрипцией не надо. Результаты контрольной в этом смысле очень показательны: если названия «Ролекс» и «Майкрософт» почти во всех работах даны кириллицей то менее привычные *AOL, Yahoo* и *EarthLink* все за исключением одного человека оставили в латинском написании. Такой разницей, встречающийся и в периодических изданиях, наводит на мысль о том, что выбор латинского написания зачастую определяют не прагматические соображения, а неумение транскрибировать.

Нельзя забывать и о том, что помимо ряда удобств метод прямого графического переноса имеет и ряд весьма серьезных неудобств, может быть принципиальных для технических текстов, деловой корреспонденции и т. п., но весьма ощутимых в публицистике. Главное неудобство заключается в том, что, оставив название компании в латинском написании, переводчик в угоду графической форме приносит в жертву форму фонетическую. Некоторым студентам (и не только студентам) такая потеря кажется несущественной: им кажется, что все носители русского языка заодно владеют и

<sup>1</sup> Р.С. Гиляревский, Б.А. Старостин. Иностранные имена и названия в русском тексте. – М.: Междунар. отношения, 1978. – с. 16–17

<sup>2</sup> Д.И. Ермолович. Имена собственные: теория и практика межъязыковой передачи. – М.: Р.Валент, 2005. – с. 287

английским и без труда прочтут английское название в латинской графике. Конечно, многие действительно слышаны о компании Билла Гейтса и узнают в *Microsoft Майкрософт*, но сколько людей, не знакомых с английскими правилами чтения, смогут верно произнести *EarthLink*? И даже если человек, чтобы без запинок читать газеты на своем родном языке, подучит английский, его все равно ожидает разочарование – названия компаний неанглоязычного происхождения. Так ли уж всем очевидно, что *Girard-Perregaux* – это *Жирар-Перрего*, а не *Джирард-Перрегаукс*, что *BVLGARI* (компания подписывается именно так, на римский манер) – это *Булгари*, а не *Бвлгари* и не *Балгари* и что *Lamborghini* – все-таки не *Ламборджини*, а *Ламборгини*? Думается, вряд ли, тем более что оплошать можно и с английскими названиями: фирма *Nike*, известная англоговорящему миру как *Найки*, в русском изводе превратилась в *Найк* – именно так прочитает имя древнегреческой богини победы большинство людей, владеющих английским «на разговорном уровне». Приходится усомниться в справедливости тезиса о том, что прямой перенос «не порождает ошибочных вариантов транскрипции». Неслучайно даже питающий отвращение к родному языку мир отечественной журналистики что-то такое почувствовал и стал подчас дублировать названия русских версий иностранных изданий скромной кириллицей.

И дело не только в том, что, знакомясь с названиями фирм исключительно в латинице, человек может здорово перевернуть их произношение. Иноязычные вкрапления в латинской графике еще и нарушают эстетическую и стилистическую целостность текста. С одной стороны, это выражается в постоянных запинках на незнакомых словах, которые человек чувствует даже читая про себя. С другой – графически и фонетически неосвоенные названия кажутся в тексте чужеродными телами. Одно из наиболее очевидных проявлений этой чужеродности – невозможность склонять слово, написанное латиницей. Может быть, кому-то фразы типа «Купи новую Lada» или «Пей Fanta» слух не режут. Но чтобы потрафить вкусам людей с такой завидной стилистической неуязвимостью, специально обучаться переводу в сущности и не нужно.

Как бы ни решался вопрос о передаче имен собственных в публицистике, бесспорно одно – навык практической транскрипции обязан входить в компетенцию профессионального переводчика. Умея транскрибировать, переводчик всегда сможет при необходимости оставить название в оригинальном написании, а во всем полагаясь на графический перенос (ибо «так сейчас везде пишут»), он рано или поздно попадет впросак. Поэтому ориентировать студентов на фонетическую транскрипцию в подобных переводах целесообразно еще и по этой причине.

На начальном этапе обучения переводу основной акцент был сделан на проблемы синтаксиса – несоответствие структур английского языка уместным в сходных случаях структурам русского языка и необходимость синтаксических перестроений при переводе. Результаты контрольной показали, что работу в этом направлении необходимо продолжать. Навык преобразовывать строй фразы в соответствии со стилем текста, коммуникативным намерением автора, ее языковым окружением у многих студентов еще в нужной степени не выработался. Значительное количество стилистических и отчасти смысловых недочетов было вызвано тем, что переводящие не выстраивали русскую фразу с нуля, а в первую очередь пытались заполнить английскую синтаксическую структуру подходящими русскими словами. Отсюда нарушения при передаче актуального членения,



потеря (или отсутствие необходимой экспликации) связности между высказываниями, тяжеловесные конструкции, доставшиеся переводу «по наследству» от оригинала и т. п.

Отдельно следует упомянуть в целом невысокий уровень грамотности переводов. Согласно принятым в МГЛУ критериям, орфографические и пунктуационные ошибки при выведении оценки за перевод также учитываются. Вряд ли есть смысл доказывать очевидную вещь – что перевод должен быть написан с соблюдением всех правил переводящего языка (как сказал И.С. Тургенев, «делать орфографические ошибки – это нечистоплотность: то же самое, что сморкаться в пальцы»). Однако, видимо, стоит еще раз подчеркнуть важность преподавания будущим переводчикам родного языка, причем не только его теоретических аспектов, но и стандартных, «школьных» правил орфографии и пунктуации, а также культуры речи.

В целом, можно подвести следующие итоги. В посредственных работах зачастую наблюдается хаос – синтаксические кальки, наобум выбранная лексика и отсутствие связности текста. В лучших переводах заметна организующая мысль, осознанное стремление донести до русского читателя смысл и стилистический облик оригинала. Оценки за работу распределились таким образом: 6 человек получили оценку «пять», 6 – оценку «четыре», 5 – «три» и 5 – «два».