

## **"ЛОЖНЫЕ ДРУЗЬЯ ПЕРЕВОДЧИКА" ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ**

**Данилец Мария Владимировна**

студент, РГГМУ, Институт «Полярная академия», РФ, Санкт-Петербург

Во все времена язык был не только инструментом для взаимодействия людей между собой, но хранилищем для культурных ценностей народов, объединявший его через поколения. Соответственно и перевод во все времена включал в себя не только понимание, «простых», поведенческих предложений, которые, как считают многие специалисты, зачастую, воспринимаются и без перевода.

Миньяр-Белоручев Р.К. определяет перевод как вид речевой деятельности, увеличивающий число компонентов в коммуникации двукратно. Он необходим в том случае, когда коды, которыми пользуются источник и получатель не совпадают на разных уровнях восприятия [4, с. 34].

Швейцер А.Д. трактует перевод как важное вспомогательное средство, которое обеспечивает выполнение языком его функции общения, когда люди выражают свои мысли на разных языках. Перевод – это акт межъязыковой коммуникации [7, с. 18].

В данной работе мы придерживаемся, точки зрения Федорова А.В., который обозначает перевод как процесс, который позволяет через психологический акт произведение, возникшее на одном – исходном – языке, пересоздается на другом – переводящем – языке. Результат этого процесса, новое речевое произведение [6, с. 22]. Пионерами в изучении этого явления стали французские лингвисты М. Кёсслер и Ж. Дерокиньи.

С тех пор изучение ложных друзей переводчика не прекращается, о чем свидетельствует разнообразие названий и дефиниций данного лингвистического феномена, публикация словарей и построение классификаций ложных друзей переводчика.

В эпоху всемирной глобализации, происходит не только сближение всего мира, за счет открытых для бизнеса границ и высоких скоростей авиаперелётов, но по происходит постепенное усложнение общественных отношений. Несмотря на то, что социология утверждает, что социальные взаимоотношения не эволюционируют, мы не можем не заметить, как на мир в целом влияет сближение людей, ранее разделенных огромными территориями, каждый из которых говорил на своем языке.

Если еще 100 лет назад все коммуникации между странами ограничивались в основном политическими и военными вопросами, то сегодня международные контакты происходят во всех областях, что влечет за собой расширение переводческой деятельности во всех ее формах.

Глобализация экономики — одна из закономерностей мирового развития. Неизмеримо возросшая по сравнению с интеграцией взаимозависимость экономик различных стран связана с формированием экономического пространства, где отраслевая структура, обмен информацией и технологиями, география размещения производительных сил определяются с учётом мировой конъюнктуры, а экономические подъёмы и спады приобретают планетарные масштабы.

Основным следствием этого является мировое разделение труда, капитала, рынков сбыта в

масштабах всей планеты, существует огромная разница в законодательствах, что сильно влияет на стабильность экономических и технологических процессов. Это объективный процесс, который носит системный характер, то есть охватывает все сферы жизни общества. Все сферы человеческого общества, будь то политика, экономика, наука, культура, переходя на международный уровень, нуждаются в лингвистическом обеспечении.

Ярким примером является отношение к продуктам медиа, где каждая страна, придерживаясь своих идеалов будь то неприятие оружия или эротических сцен на экранах может запретить продукт, если в него не будут внесены существенные изменения. Если корпорации считают рынки таких стран важными для себя, то они вносят эти изменения.

Торговля растет быстрее чем производство, за 1950—2000 гг. «мировая торговля выросла в 20 раз, а производство — в 6 раз, и в то время, как медиа продукты направлены на людей и более-менее понятны любому, то все что касается юридических, научных и тем более экономических текстов, нуждается в более тщательном изучении.

Существует множество примеров, когда не найденный вовремя достойный, разбирающийся во всех аспектах определенной сферы бизнеса, своей работой приводил к ужасающим для корпораций последствиям – разработкам потенциально бесполезных для аудитории иной страны продуктов или срывам многомиллионных контрактов. Сегодняшний крупный бизнес требует чтобы переводчик передавал не только общий смысл фраз «больших боссов», но передавал смысл полноценно локализуя диалог буквально «на ходу».

В воспитании подобных профессионалов важно понимать, что узкая специализация как правило процесс длительного самообразования. Если в некоторых, давно утвердившихся сферах существуют профессионалы и огромная база, то в сравнительно молодых бизнес-сегментах, на новых рынках, специалисту приходится постоянно развиваться и искать помощь. Изучая данный необходимо более конкретно рассмотреть такой аспект, как ложные друзья переводчика.

Под «ложными друзьями переводчика» понимаются слова, встречающиеся в разных языках, которые характеризуются определенным сходством в написании и произношении, но не соотносятся по значению.

В. В. Акуленко даёт подробную характеристику «ложных друзей» переводчика в русском и английском языках. Принципиально следует различать «ложные друзья переводчика» в устной и письменной формах речи [1, с. 54].

В том случае если языки не походи на символьном уровне (Японский-Английский), это не столь важно, как для языков с общей письменностью, но фонематически несходной лексикой. Для русского и английского языков с их сходными видами письма, данное разграничение фактически может не проводиться, а в определенных случаях отождествление разноязычных слов вообще имеет место только в одной из форм речи [5, с. 48].

При этом стоит понимать, что самое большое количество ошибок при переводе интернациональной лексики возникает из-за того, что все параллели между языками характеризуются «рефлекторно», на основе восприятия псевдо-однокоренных слов, или в некотором роде смысловой структуры. Благодаря особенностям человеческого «стереотипического» мышления, упрощающего восприятие схожих объектов, легко не заметить, что в результате таких отождествлений нередко возникают ложные эквиваленты, поскольку наряду с общностью в их смысловых структурах имеются и существенные различия, которые переводчик может легко упустить из-за недостаточного анализа материала. Часто исследователи сводят понятие «ложных друзей переводчика» к так называемой псевдоинтернациональной лексике, однако так ли это?

Мы проанализировали статьи из еженедельного, новостного журнала The Economist, в котором освещаются экономические и политические темы на международном уровне. Яркий представитель качественной прессы, в которой подверженность фактов главное условие для качественной прессы — это надежность фактов и мнений, их достоверность и яркое мнение уважаемых специалистов. Стил и язык, представленные The Economist, ранее были признаны

особенно «красивыми» и описаны как богатый источник для исследования метафор [8, с. 44].

Мы выделим слово «consulting» как одного из ложных друзей переводчика. В русском языке мы имеем слово, с похожим фонетическим строем «консалдинг». Проанализировав описание в словарях, мы пришли к выводу, что русское значение данного слова расширилось, в русском же языке слово консалтинг обозначает консультацию не только предпринимателей, но и покупателей, производителей, а также регистрацию фирм, тогда как в английском языке слово несет в себе советы по улучшению бизнеса.

Например, интернационализм *critical* имеет как в английском, так и в русском языке значение «критический» (опасный, относящийся к кризису). Вместе с тем английское прилагательное *critical* зачастую означает не тревогу, а скорее обращает внимание, как например «важный, значительный, существенный», которое отсутствует у русской параллели. Если переводчик об этом значении забывает, то в результате информационное содержание оригинала существенно искажается. Перевод английских интернациональных общеупотребительных слов усложняется еще и тем, что английские параллели приобретают в научно-технических текстах некоторую специфику.

В качестве примера рассмотрим статью «Electric cars. Volts wagons» из журнала *The Economist* за 18 февраля 2017, где встречаем слово в следующем контексте: «Carmakers also need to be prepared to hit the next ones, says Andrew Bergbaum of Alix-Partners, a consulting firm.», что переведем, как: «Автопроизводители также должны быть готовы к следующим, говорит Эндрю Бергбаум из консалтинговой фирмы Alix-Partners.», где и подразумевается, что консалтинговая компания и будет проводить консультацию руководителей и управленцев по вопросам в финансовой, коммерческой, юридической и других сферах.

В связи с явлением паронимии, т.е. невозможностью взаимозаменять языковые паронимы в различных фразах, встаёт вопрос о вариантности – возможностью взаимозамены без искажения смысла той или иной фразы. К вариантам слова относятся такие случаи, как *advance, advancement; analytic, analytical*, где внешнее различие не ведёт к разрыву тождества слова. Основное различие паронимов и омонимов заключено в их фонетическом оформлении.

Рассмотрим в качестве примера слово «arbitrage», которое мы можем перевести как арбитраж (одновременная покупка и продажа, например валюты или товаров, но будет неверно перевести как арбитраж, решение споров арбитром, для обозначения этого явления существует своя лексическая единица «arbitration». Подтверждение этому мы можем найти в статье «Reboot» от 21 января 2017: «We will not survive if we remain in the constricted space of doing as we are told, depending solely on cost arbitrage,» Vishal Sikka, the boss at Infosys, wrote in a recent letter urging staff to shape up.», что переведем как: « Мы не выживем, если останемся в ограниченном пространстве, как нам говорят, в зависимости только от арбитража затрат », - написал Вишал Сикка, руководитель Infosys, в своем недавнем письме, призывающем сотрудников к формированию.»

Р. А. Будагов ввел иную категорию «ложных друзей» переводчика делятся на 4 группы [2, с. 95]. К первой группе можно отнести слова фонетически схожие, но различные по значению (пр. *magazine* не магазин, а журнал). К следующей группе автор относит слова, которые имеют хотя бы одно схожее значение (пр. *referent*-референт, докладчик). Также, в отдельную группу выделяются лексические единицы, одна из которых имеет несколько значений и полностью совпадает с другой лексической единицей лишь в одном из них, при этом другое не совпадает ни на одном уровне (*navigation*-навигация в кораблевождении, но не навигация в значении судоходный сезон). Примечательно, что отдельную группу друзей переводчика составляют различные меры измерения и величины.

Так же стоит выделить в отдельную группу ложных друзей переводчика «частичные реалии». Анализ экономической и коммерческой лексики показывает, что определенная ее часть может быть классифицирована как безэквивалентная.

Примерами таких терминов являются *balloon* (буквально – воздушный шар) – кредит, подлежащий возврату полной суммой одномоментно, а не частями как при амортизации; *blocked units* (буквально – заблокированные единицы) – акции, подаренные или выданные в

качестве вознаграждения сотрудникам предприятия.

Кроме того, в специализированных текстах встречаются разнообразные фразеологизмы, а также клише, что объясняется нормированностью языка торгово-экономической документации. Их можно отнести еще в одну группу ложных друзей переводчика.

Глобализация началась за долго до внедрения всемирной сети, однако сложно поспорить с тем, что сегодня она присутствует повсюду. Интернет способен как облегчить работу любого переводчика (для того существует невероятное количество инструментов позволяющих искать информацию и работать совместно), так и усложнить ее, запутать неверными трактовками и сленгом. К любому источнику необходимо относиться предвзято и пропускать через логический фильтр. Вся терминология должна анализироваться в информационном поле и контексте получателя.

Каждый термин, который воспринимается знакомым на уровне собственного языка нужно проверять, ведь концепция, связанная с миром экономики / финансов, обычно носит довольно абстрактный характер, при том, что формировалась она в условиях разных социальных строев.

Термины экономика и финансы сами носят такой характер. В семантическое данное поле мы относим банки, банковскую систему, рынок, страны / нации (в качестве экономических субъектов), ВВП, процентные ставки и т. д.

Очевидно, как это всегда бывает, при попытке разграничить семантическое поле, вносится определенная степень субъективности при принятии решения, принадлежит ли какой-либо термин к семантической области экономики.

Исходя из вышесказанного, мы делаем вывод, что «Ложными друзьями» можно назвать фразеологизмы и в тех случаях, когда они вызывают в ПЯ ошибочные, ложные ассоциации как фразеологического, так и нефразеологического характера.

### **Список литературы:**

1. Акуленко В.В. Вопросы интернационализации словарного состава языка. / Под редакцией профессора Федорова А.В. -Харьков: Издательство Харьковского университета, 1972. -175 с.
2. Будагов Р.А. «Ложные друзья переводчика» // Человек и его язык. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976. 429 с
3. Комиссаров В.Н. Слово о переводе: Очерк лингвистического учения о переводе. М.: Изд-во «Международ. отношения», 1973. С. 95—96.
4. Миньяр-Белоручев Р.К. Теория и методы перевода. М.: Московский лицей, 1996.
5. Русакова О. Ф. Историческая философия: структура предмета и дискурса // Вопросы философии. 2004. N 7. - С. 48 - 59.
6. Федоров А.Ф. Основы общей теории перевода /А.Ф. Федоров.- СПб.: Филология ТРИ, 2002. 1983.-323 с.
7. Швейцер А.Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты. М.: Наука, 1988
8. Koller, V. (2004). Metaphor and gender in business media discourse: A critical cognitive study. Houndmills, UK: Palgrave Macmillan