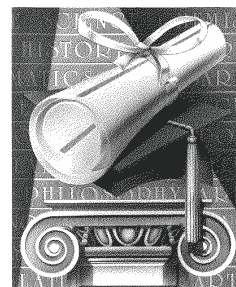


ЯЗЫКИ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ



В. С. СЛЕПОВИЧ

АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РУССКОМ ТЕКСТЕ

В статье делается обзор существующих способов заимствования англоязычных терминов и использования их в русских текстах и в переводе с английского языка на русский. Среди основных способов заимствования выделяются и подробно анализируются транскрипция, транслитерация, описательный перевод (экспликация), смешанный способ с частичным переводом, а также англоязычные вкрапления. На основе достаточно большого количества примеров английских заимствований делается вывод о том, что научным работникам, авторам и переводчикам необходимо с чувством меры подходить к их использованию в русском тексте.

Ключевые слова: заимствования; транскрипция; транслитерация; вкрапления.

УДК 81'373

Введение. Обсуждение темы англоязычных заимствований в русских текстах и в переводах с английского языка на русский не является чем-то новым и неожиданным для филологов, переводчиков и просто образованных людей. Борьба с этим явлением обречена на поражение уже в силу того, что никакая преграда или плотина на пути «лавины» заимствованных из английского языка слов и словосочетаний не в состоянии сдержать или остановить ее.

Процесс заимствования английской терминологии в русскоязычных текстах и в переводах с английского языка на русский является неизбежным и все более активным в силу того, что экономика является главным фактором мирового развития, а экономика такой англоязычной страны, как Соединенные Штаты Америки, по-прежнему занимает лидирующую позицию в мире.

Проблема заключается не в противостоянии данному вполне естественному процессу, не в обязательном возвращении всех устоявшихся заимствованных терминов в общепринятые русские слова и выражения (*бизнес-коммуникация* — деловое общение, *мониторинг* — отслеживание ситуации, *волатильность* — неустойчивость, нестабильность и т. д.), а в определении той грани, за которой русский текст или перевод с английского языка на русский начинает терять присущие ему характеристики, совокупность которых составляет норму русского языка.

Виктор Самойлович СЛЕПОВИЧ (vslepovitch@gmail.com), кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой делового английского языка Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь).

Цель данной статьи состоит в систематизации различных способов английских заимствований в русских текстах и переводах на русский язык и привлечении внимания адресной аудитории — авторов и переводчиков — к их разумному использованию, основанному на чувстве меры и владении лексической, грамматической и стилистической нормами русского языка.

Классификация способов английских заимствований. Заимствованную лексику с точки зрения техники заимствования многие филологи обычно разделяют на три группы: 1) при помощи транскрипции или транслитерации, 2) за счет калькирования, 3) смешанная группа, в которой одна часть заимствована, а другая переведена [1, с. 119].

Транскрипцию и транслитерацию относят к беспереводным заимствованиям, а метод передачи терминов с их помощью называется квазипереводным [2, с. 113]. *Транскрибирование (переводческая транскрипция)* представляет собой формальное пофонемное (звуковое) воссоздание исходной лексической единицы с помощью фонем переводящего языка (ПЯ), фонетическую имитацию исходного слова [3, с. 78], например, know-how — *ноу-хау*. *Транслитерация (транслитерирование)* является формальным побуквенным воссозданием исходной лексической единицы с помощью алфавита переводящего языка, буквенной имитацией форм исходного слова [4, с. 101], originator — *оригинатор* (активов — в банковской сфере), хотя по-английски слово произносится *ориджинейтор*.

Транскрибирование английских заимствованных терминов является повсеместным и общепотребительным (прайс-лист, офшор и др.), но иногда оно бывает неточным, например, из-за произносительной вариантности Э — Е в таких словах, как brand, trend и др. [5, с. 57]. Транскрибирование может также сочетаться с транслитерацией (одна часть термина транскрибируется, а другая транслитерируется или наоборот), например, *плей-офф*, *андерграунд*, *перформанс*.

При отсутствии эквивалента английского термина в русском языке наряду с транскрипцией/транслитерацией может использоваться *экспликация* (описательный перевод), т. е. замена лексической единицы исходного языка (ИЯ) словосочетанием, эксплицирующим ее значение на переводящем языке. «Недостатком описательного перевода является его громоздкость и многословность. Поэтому наиболее успешно этот способ перевода применяется в тех случаях, где можно обойтись сравнительно кратким объяснением» [4, с. 185].

Однако и такими краткими объяснениями авторы русскоязычных текстов и переводчики с английского языка на русский уже перестают пользоваться, прибегая в основном к методу транскрибирования/транслитерации, например, call center — *колл-центр* вместо центр телефонного обслуживания, sobranding — *кобрендинг* вместо объединение торговых марок, policy makers — *полисимейкеры* вместо чиновники, ответственные за разработку политики в определенной сфере, merchandizers — *мерчендайзеры* вместо представители компаний, занимающиеся продвижением товаров, networking — *нетворкинг* вместо контакты по интересам, inviting — *инвайтинг* вместо приглашение на мероприятие и т. д.

В русском языке появились также англоязычные транскрибированные заимствования, которые на языке оригинала либо вообще не употребляются, либо употребляются в ином значении, например:

SMS/СМС(ка) является аббревиатурой термина *short message system*, однако в английском языке для обозначения краткого сообщения, передаваемого с помощью сотового телефона, используется словосочетание *text message*;

английское слово «*скотч*» по-русски имеет значение «прозрачная клейкая лента», однако в английском языке для ее обозначения используется слово

tape. В то же время для носителей английского языка *scotch* — это шотландский виски.

Отдельную группу заимствований составляют слова, в которых английский корень транскрибируется/транслитерируется, при этом префиксы и суффиксы остаются русскими. Среди таких слов преобладают заимствования из компьютерной терминологии и сферы общения в социальных сетях (в приведенных ниже примерах заимствованный корень английского слова выделен полужирным курсивом): **погуглить** (от Google), **расшаренный** (от share), **проскроллить** (от scroll), **запостить** (от post), **лайкнуть** (от like) и т. д.

Следует отметить целесообразность использования транскрибирования заимствованных терминов в тех случаях, когда имеющийся в русском языке эквивалент английского термина на самом деле является не полностью идентичным, а так называемым *квазисинонимом*. К числу квазисинонимов относятся, например, термины «аренда» и «лизинг» (англ. — leasing). В то время как *аренда* обозначает предоставление помещения во временное пользование за определенную плату, под *лизингом* понимается «средне- и долгосрочная аренда машин, оборудования машин, транспортных средств; ...лизинг позволяет сохранять ликвидность (не нужно покупать оборудование) и ускорять обновление оборудования» [6, с. 404].

Интерес представляет другая общеупотребительная пара квазисинонимов, которая была заимствована с помощью *транслитерации* (mobile phone — *мобильный телефон*) и *перевода* (cell phone — *сотовый телефон*). Являясь на бытовом уровне пользователей полными синонимами, с технической точки зрения устройства связи, обозначаемые этими терминами, таковыми не являются. Любой сотовый телефон является мобильным (переносным), но не любой мобильный телефон является сотовым. Например, радиотелефон тоже является мобильным, поскольку в отличие от стационарного телефона его можно перенести по квартире во время разговора, однако это не сотовый телефон.

Транскрипция/транслитерация как способ заимствования представляется оправданной также в тех случаях, когда термин приобретает новый оттенок значения (коннотацию), например workshop. Кроме *мастерской* и *семинара* это учебное мероприятие обязательно включает в себя самостоятельную работу и интенсивное взаимодействие всех участников, их аргументированную дискуссию и даже споры, а не согласие со всем, что сообщает или предлагает преподаватель (ведущий). Именно поэтому в русский язык и был заимствован термин «воркшоп». Он включает в себя элементы как семинара, так и мастер-класса, и в то же время обладает своей спецификой.

Кроме того, в переводческой практике прибегают к такому способу заимствования, как *калькирование*. «Сущность калькирования заключается в создании нового слова или устойчивого словосочетания в ПЯ, копирующего структуру исходной лексической единицы» [4, с. 173]. Использование калькированных терминов в той или иной сфере вполне оправданно в силу отсутствия их эквивалентов в русском языке. Так, например, в банковской сфере soft dollars — *мягкие доллары*, balloon payment — *платеж «воздушный шар»* и др. В то же время представляется неоправданным использование калькирования в тех случаях, когда в русском языке имеются свои эквиваленты, например, hot line — *горячая линия* при наличии русского эквивалента *прямая линия*.

Калькирование наблюдается не только в заимствованной лексике, но и в заимствованных из английского языка грамматических конструкциях и выражениях, которые мы слышим на телевидении по-русски и в далеко не лучших переводах программ таких американских телеканалов, как National Geographic, Discovery, Travel, ViaSat History, например:

- Увидимся позже. (See you later.)
- Берегите себя! (Take care of yourselves!)
- Более, чем что-либо еще ... (More than anything else...)
- Говоря вообще ... (Generally speaking...)
- В нем была комбинация глубоких знаний и амбиций. (He had a combination of profound knowledge and ambitions.)
- Шторм был последним, с чем им хотелось столкнуться. (The storm was the last thing they wanted to encounter.)
- Мы счастливы быть вовлеченными в процесс... (We are happy to be involved in the process...) [7, с. 32].

Последнее время в русскоязычном тексте и в переводе на русский язык все чаще встречаются заимствованные термины на языке оригинала (английском). Такие заимствования называются *вкраплениями*. Они используются авторами текстов и переводчиками, в том числе для создания аутентичности текста [8].

Вкрапления стали использоваться вопреки устоявшемуся правилу о том, что в тексте перевода на русский язык все должно быть написано по-русски (это правило относилось прежде всего к передаче на русский язык английских имен собственных методом транскрибирования).

Следует отметить, что обоснованность англоязычных вкраплений в русском тексте и в переводе на русский язык зачастую вызывает сомнения. Тем не менее их увеличивающийся объем фактически не представляется возможным контролировать или остановить. К их числу относятся отдельные слова (термины), словосочетания и аббревиатуры, например, Coca Cola, Facebook, outsourcing, payback, playoff, PayPal, real estate, BBC и др.

Последняя аббревиатура в русском тексте нарушает устоявшееся и давно используемое правило о том, что названия компаний передаются с помощью переводческой транскрипции [9, с. 54] и в данном случае вызывает двоечтение: для носителей русского языка BBC значит военно-воздушные силы, поэтому для наименования британской радиовещательной корпорации вместо англоязычного вкрапления следует использовать транскрибированное заимствование этой аббревиатуры — *Би-Би-Си*.

Следует отметить, что кроме транскрибирования и транслитерирования англоязычных имен собственных, к числу которых относятся имена и фамилии (Van Cliburn — Вэн Клайберн), периодические издания (The Financial Times — Файнэншл Таймс [артикул опускается]), корпорации (Chrysler — Крайслер) и некоторые географические названия (Pearl Harbor — Перл Харбор), применяется также смешанный способ передачи имен собственных с частичным использованием перевода (North Carolina — Северная Каролина).

Исследователи обращают внимание на то, что «при переводе неуместно в рамках одной лексической единицы одновременно использовать как прием транскрипции, так и сохранение графической формы в неизменном виде... (как в случае с [банковским] термином collection-скоринг)» [5, с. 60]. Однако приходится принимать во внимание тот факт, что количество заимствованных терминов и наименований, включающих в себя англоязычные вкрапления, имеет тенденцию к увеличению, и они все чаще встречаются в русском тексте, например:

ИТ-сектор (от Information Technologies — информационные технологии, причем часто с ошибкой: ИТ-сектор или с дублированием слова *технологии* — ИТ технологии);

Киностудия «XX век Fox»;

FM-станция (радиостанция, передающая на модулированной частоте, — frequency modulated);

HR-брендинг (HR — аббревиатура от Human Resources — кадры, сотрудники; термин *брендинг* точнее было бы писать как произносится — *брэндинг*);

PR-менеджмент (PR — Public Relations, связи с общественностью);
Event-маркетинг (при имеющемся термине *событийный маркетинг*).

Отмеченная выше тенденция в концентрированном виде нашла отражение в недавно изданном руководстве по событийному маркетингу, название которого, как уже можно догадаться, «Event-маркетинг» (здесь и далее английские вкрапления в русском тексте выделены курсивом).

В аннотации к книге [10] указано, что она предназначена для представителей рекламных, PR- и event-агентств. Ее авторы — создатели и ведущие блога об event-маркетинге, организаторы *sold-out* конференций и фестивалей: «Суровый питерский SMM», *SOLD OUT*, *VideoDays*, *SMM-десант* и др. В оглавлении книги также можно встретить целый ряд англоязычных вкраплений в виде аббревиатур: *UTM*-метки, *SEO* для мероприятий и т. д.

Неискушенным читателям, которые хотят познакомиться с основами событийного маркетинга, придется прибегнуть к помощи поисковиков и справочников, чтобы узнать значение этих и других англоязычных вкраплений, без понимания которых читать эту книгу просто не имеет смысла. Речь идет в частности о перечисленных выше вкраплениях:

SMM — англоязычная аббревиатура, которая может означать *System Management Mode* (режим системного управления) и *Social Media Marketing* (продвижение в социальных сетях). Очевидно, что в контексте данного издания придется выбрать второе значение;

Sold-out конференция — конференция организаторов событий, т. е. об организации и продвижении открытых событий и мероприятий;

VideoDays — конференция по видеомаркетингу;

UTM-метки представляют собой небольшие фрагменты кода, которые добавляются в ссылку на тот или иной сайт (интернет-страницу);

SEO является аббревиатурой словосочетания *Search Engine Optimization*, которое обозначает комплекс мероприятий по увеличению видимости сайта в поисковых системах по целевым поисковым запросам.

Указанные выше и многие другие англоязычные вкрапления в виде слов (терминов), словосочетаний и аббревиатур, в избытке представленные в русском тексте руководства по событийному маркетингу, затрудняют его восприятие и значительно сужают аудиторию, на которую они рассчитаны.

Вывод. Подводя итог, следует еще раз отметить естественность и неизбежность процесса заимствования англоязычных терминов и выражений, особенно в тех случаях, когда в русском языке отсутствуют их эквиваленты. Основными способами заимствования, как показывает практика, являются транскрибирование, транслитерация, их сочетание друг с другом и с частичным переводом, в меньшей степени — экспликация (описательный перевод), а также англоязычные вкрапления в русский текст.

Вопрос о том, не вытеснят ли английские заимствования, имеющиеся в русском языке, слова и не превратится ли русский текст в нагромождение английских слов (терминов), словосочетаний и аббревиатур, очевидно зависит от чувства меры и уровня владения языковой (лексической, грамматической и стилистической) нормой русского языка, используемой в той или иной сфере деятельности. В любом случае не вызывает сомнения тот факт, что директивными методами данная проблема решаться не может.

Литература

1. Дуплийчук, В. А. Повторные заимствования как результат переводческого решения / В. А. Дуплийчук // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. 9. — 2008. — Вып. 1. — Ч. II. — С. 119 — 132.

Dupliychuk, V. A. Povtornye zaimstvovaniya kak rezul'tat perevodcheskogo resheniya [Repeated loanwords as a result of a translation decision] / V. A. Dupliychuk // Vestn. S.-Peterb. un-ta. Ser. 9. — 2008. — Вып. 1. — Ч. II. — P. 119 — 132.

2. *Янова, Е. А.* Квазибеспереводной метод передачи экономических терминов как распространенный прием перевода / Е. А. Янова // Vestn. Mosk. mezhdunar. akad. — 2016. — С. 113 — 115.

Янова, Е. А. Kvazibesperedodnoy metod peredachi ekonomicheskikh terminov kak rasprostranennuyu priem perevoda [Quasi-non-translatable method of transferring economic terms as a common method of translation] / E. A. Yanova // Vestn. Mosk. mezhdunar. akad. — 2016. — P. 113 — 115.

3. *Виноградов, В. С.* Введение в переводоведение: Общие и лексические вопросы / В. С. Виноградов. — М. : Изд-во ин-та общ. среднего образования РАО, 2001. — 224 с.

Vinogradov, V. S. Vvedenie v perevodovedenie: Obshchie i leksicheskie voprosy [Introduction to Translation Studies: General and Lexical Issues] / V. S. Vinogradov. — M. : Izd-vo in-ta obshch. srednego obrazovaniya RAO, 2001. — 224 p.

4. *Комиссаров, В. Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. — М. : Высш. шк., 1990. — 253 с.

Komissarov, V. N. Teoriya perevoda (lingvisticheskie aspekty) [Translation Theory (Linguistic Aspects)] / V. N. Komissarov. — M. : Vyssh. shk., 1990. — 253 p.

5. *Чугунов, А. А.* Обоснованность использования приема транскрипции/транслитерации при переводе банковской терминологии / А. А. Чугунов // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 22. Теория перевода. — 2012. — № 1. — С. 56—61.

Chugunov, A. A. Obosnovannost' ispol'zovaniya priema transkriptsii/transliteratsii pri perevode bankovskoy terminologii [The validity of the use of transcription/transliteration in the translation of banking terminology] / A. A. Chugunov // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 22. Teoriya perevoda. — 2012. — N 1. — P. 56—61.

6. *Федоров, Б. Г.* Новый англо-русский банковский и экономический словарь / Б. Г. Федоров. — СПб. : Лимбус-Пресс, 2000. — 848 с.

Fedorov, B. G. Novyy anglo-russkiy bankovskiy i ekonomicheskii slovar' [New English-Russian Banking and Economic Dictionary] / B. G. Fedorov. — SPb. : Limbus-Press, 2000. — 848 p.

7. *Слепович, В. С.* Перевод (английский — русский) = Translation (English — Russian) : учеб. / В. С. Слепович. — Минск : Тетралит, 2014. — 336 с.

Slepovich, V. S. Perevod (angliyskiy — russkiy) = Translation (English — Russian) : ucheb. / V. S. Slepovich. — Minsk : Tetralit, 2014. — 336 p.

8. *Влахов, С.* Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. — М. : Международный отношения, 1980. — 343 с.

Vlakhov, S. Neperevodimoe v perevode [Untranslatable in Translation] / S. Vlakhov, S. Florin. — M. : Mezhdunar. otnosheniya, 1980. — 343 p.

9. *Слепович, В. С.* Курс перевода (английский — русский) = Translation Course (English — Russian) : учеб. для студентов высш. учеб. заведений по специальности «Мировая экономика» / В. С. Слепович. — 10-е изд. — Минск : ТетраСистемс, 2014. — 320 с.

Slepovich, V. S. Kurs perevoda (angliyskiy — russkiy) = Translation Course (English — Russian) : ucheb. dlya studentov vyssh. ucheb. zavedeniy po spetsial'nosti «Mirovaya ekonomika» / V. S. Slepovich. — 10-e izd. — Minsk : TetraSistems, 2014. — 320 p.

10. *Румянцев, Д.* Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий / Д. Румянцев, Н. Франкель. — СПб. : Питер, 2019. — 320 с.

Rumyantsev, D. Event-marketing. Vse ob organizatsii i prodvizhenii sobytiy [Event marketing. All about organizing and promoting events] / D. Rumyantsev, N. Frankel'. — SPb. : Piter, 2019. — 320 p.

VIKTOR SLEPOVITCH

ENGLISH LOANWORDS IN THE RUSSIAN TEXT

Author affiliation. Viktor SLEPOVITCH (vslepovitch@gmail.com), Belarus State Economic University (Minsk, Belarus).

Abstract. The article considers the current techniques of borrowing English terms and using them in the Russian texts and translations from English into Russian. Among the main techniques of borrowing the following are identified and analyzed in detail: transcription, transliteration, a descriptive translation (explication), a combined technique with a partial translation, and English inclusions. Based on a large corpus of examples, the author recommends scholars, authors and translators to use English loanwords in Russian texts and translations with a sense of proportion.

Keywords: loanwords; transcription; transliteration; inclusions.

UDC 81'373

*Статья поступила
в редакцию 04.02. 2020 г.*

**ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР БГЭУ
представляет**

Ожигина, В. В.

Международная экономическая интеграция : практикум / В. В. Ожигина, Л. Е. Филиппова, Е. А. Мартинович ; под ред. В. В. Ожиговой. — Минск : БГЭУ, 2020. — 191 с.

Практикум подготовлен в соответствии с учебной программой по дисциплине «Международная экономическая интеграция» и позволяет проверить знания в области международной экономической интеграции стран с развитой, развивающейся и транзитивной экономикой в Европе, Северной и Латинской Америке, Карибском бассейне, Азиатско-Тихоокеанском регионе, Африке, Западной Азии, СНГ (включая ЕАЭС, Союзное государство Республики Беларусь и Российской Федерации), приобрести основные навыки и умения по дисциплине, глубже усвоить материал. В практикум включены план семинарских занятий, глоссарий, контрольные вопросы, интерактивные методы, тесты с вопросами закрытого и открытого типа, темы рефератов, деловые игры, задачи, поточная конференция, рекомендуемая учебная литература и список интернет-источников.

Для студентов, слушателей системы переподготовки, магистрантов и аспирантов.