

**ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ПСЕВДОИНТЕРНАЦИОНАЛИЗМОВ
В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА И СПОСОБЫ ИХ МИНИМИЗАЦИИ**

А.О. Артющенко, 3 курс

Научный руководитель – Ю.В. Корженевич, старший преподаватель
Полесский государственный университет

В условиях расширения международных деловых контактов особую значимость приобретает проблема качественного перевода деловой документации. Английский язык, выступающий в роли международного, проникает в терминологию русского языка, чем вызывает целый ряд трудностей при переводе. Одной из наиболее коварных и вызывающих интерес тем являются псевдоинтернационализмы, или “ложные друзья переводчика”.

Данная проблема является особенно актуальной, поскольку ошибки при переводе “ложных друзей переводчика” в деловой документации способны исказить важную информацию, а постоянное обновление экономической лексики требует регулярного пересмотра существующих списков псевдоинтернационализмов.

Целью данной научной статьи является выявление типичных ошибок в переводе “ложных друзей переводчика” в сфере экономики и бизнеса; определить ключевые маркеры, сигнализирующие о выборе неочевидного варианта перевода.

Согласно толковому переводческому словарю, псевдоинтернационализмы – это слова, которые были образованы из международных морфем только в данном языке и не вышли за его пределы (не были заимствованы другими языками) [3, с.174].

Термин “ложные друзья переводчика” был введен М. Кёсслером и Ж. Дероккинью в 1928 году в книге “Les faux amis ou Les pièges du vocabulaire anglais”. Они определили “ложных друзей” как слова в двух языках, которые обманчиво похожи по написанию или звучанию, но расходятся по смыслу, что приводит к буквальному переводу, искажающему смысл текста. Под понятием “ложных друзей переводчика” Р. А. Будагов подразумевает межъязыковые омонимы и указывает, что это “слова, звучащие в разных языках сходно или почти сходно, но имеющие несходные значения” [2, с.46].

По мнению В. В. Акуленко, причиной ошибок при переводе псевдоинтернационализмов “...являются отношения сходства или кажущейся идентичности материала обоих языков...” [1, с.374].

Основным типом ошибок при переводе псевдоинтернационализмов является буквальный перевод, когда сам переводчик полагается на визуальное или звуковое сходство и неправильно подбирает русский эквивалент без обращения к словарю. Выбор неверного значения в конкретном контексте приводит к искажению смысла и допущению глупых ошибок.

Материалом исследования послужило учебное пособие “Business Vocabulary in Use”, которое представляет собой источник деловой лексики и используется для изучения английского языка в профессиональных целях. Нами было проанализировано 30 предложений, содержащих псевдоинтернационализмы. Из них было отобрано всего шесть примеров, демонстрирующих различия в переводе между английским и русским языками. Ниже представлен анализ с указанием ошибочного и правильного перевода.

1. *Media: books, newspapers, magazines, film, television.* – Средства массовой информации: книги, газеты, журналы, кино, телевидение.

В этом примере слово “*magazine*” переводится как “журнал”. Под влиянием сходства с русским словом “*магазин*” у переводчика может возникнуть ложная ассоциация и, соответственно, данный перевод будет являться некорректным.

Ещё одним словом, имеющим, на первый взгляд, простой перевод, является “*film*”. Однако в данном предложении оно употребляется не в значении “фильм”, что кажется логичным. Более точным переводом здесь будет “*кино*” или “*кинематограф*” [4, с.36].

2. *When the goods arrived, there was no invoice or receipt.* – Когда товар прибыл, не было ни счёта-фактуры, ни квитанции (чека).

Очевидно, что перевод слова “*receipt*” как “*реценз*” в данном контексте не имеет смысла. Правильным переводом будет “*квитанция, чек*” [4, с.68].

3. ...it gives a true and fair view (an *accurate* and complete picture). – ...это даёт достоверное и объективное представление (точную и полную картину).

Наиболее частой ошибкой является перевод слова “*accurate*” как “*аккуратный*”, что искажает смысл предложения. Однако в английском языке “*accurate*” означает “*точный, правильный*” [4, с.70].

4. The sum of money borrowed is the *principal*. – Сумма заемных денежных средств называется основной суммой долга.

Английское слово “*principal*” созвучно с русским “*принцип*”, что и даёт искажение в переводе и в будущем может привести к неверному пониманию. Это слово имеет несколько значений: в сфере образования – “*директор*”, в сфере права – “*доверитель*”, а в сфере финансов и экономики – “*основная сумма долга*” [4, с.74].

5. I also have a *deposit account* or savings account for keeping money longer term. – У меня также есть сберегательный счёт для хранения денег на более длительный срок.

“*Deposit account*” в данном случае правильнее переводить не как “*депозитный аккаунт*”, а как “*сберегательный счёт*”. В английском языке “*deposit account*” – это любой счёт, на котором хранятся сбережения, часто с возможностью пополнения и снятия, тогда как в русском языке “*депозит*” часто ассоциируется с крупными суммами и фиксированным сроком. Поэтому более точным аналогом перевода данного словосочетания является “*сберегательный счёт*” [4, с.78].

6. *Press conference*: two chief executives tell journalists why their companies have merged. – Соповещение: два представителя компаний рассказали журналистам о причинах слияния своих предприятий.

“*Press conference*” в данном примере может иметь перевод “*пресс-конференция*”, что является широко употребляемым, однако более адекватным вариантом может быть перевод “*совещание*” [4, с.128].

Проведённое исследование позволяет уточнить, что понимается под псевдоинтернационализмами в современной лингвистике. В более широком смысле, как отмечают Р.А. Будагов и В.В. Акуленко, к ним относят любые межъязыковые омонимы, которые обладают формальным сходством, но различаются по значению, что создаёт иллюзию понятности и ведёт к ошибочному переводу. Также были выявлены типичные ошибки, возникающие при переводе псевдоинтернационализмов в сфере экономики и финансов. Наиболее распространенной ошибкой является буквальный перевод, основанный на внешнем сходстве слов в английском и русском языках без учёта контекста.

Так, на материале учебного пособия “*Business Vocabulary in Use*” были проанализированы наиболее показательные примеры псевдоинтернационализмов. Проведённое исследование привело нас к выводу, что для минимизации подобных ошибок рекомендуется использовать специализированные словари псевдоинтернационализмов и регулярно проверять достоверные источники на наличие обновленной информации.

Список использованных источников

1. Акуленко, В. В. Англо-русский и русско-английский словарь «ложных друзей переводчика» / В. В. Акуленко. М.: Современная энциклопедия, 1969. – 384 с.
2. Будагов, Р. А. Ложные друзья переводчика / Р. А. Будагов // Как мы говорим и пишем. М.: Изд-во МГУ, 1988. – 79 с.
3. Нелюбин, Л. Л. Толковый переводоведческий словарь / Л. Л. Нелюблин. – 3-е изд., перераб. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 320 с.
4. Bill Mascull. *Business Vocabulary in Use*. Cambridge University Press, 2002. – 172 p.