

Х. В. Искандарова

Тверской государственный университет, магистрант

Научный руководитель: к.ф.н. С. А. Колосов

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА ЭРГОНИМОВ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ

Процесс глобализации играет важнейшую роль в развитии экономического сотрудничества по всему миру. Международные связи стремительно растут и приобретают решающее значение в установлении деловых контактов. В этом отношении немаловажным способом обеспечения межкультурного взаимодействия является английский язык: с каждым годом он занимает всё более значимое место в коммуникации, становясь средством интернационального общения. Таким образом, перевод является незаменимой составляющей в установлении и поддержании общения между представителями различных стран. Согласимся с замечанием Н.В. Шутёмовой о том, что «стратегия официально-делового перевода видится направленной на точную передачу правовой модели, объективированной в ИТ, его системы понятий и названных характеристик формы» [Шутёмова 2018: 47].

Каждая культура имеет свои специфические черты, в том числе и языковые, которые необходимо передать реципиенту в понятной, чёткой и доступной форме, при этом сохранив их аутентичность. Нередко данные особенности составляют проблему перевода, и среди них в сфере деловой коммуникации можно выделить передачу названий организаций и форм собственности. Их перевод вызывает некоторые трудности, так как до сих пор не существует чётких и определённых правил их передачи, нет единого реестра переводных эквивалентов. Следует учитывать, что имена собственные несут в себе определённый культурный контекст и имеют особые отличительные признаки. Исходя из этого, появляется необходимость в анализе данной проблемы и рассмотрении возможных способов её решения.

Объектом данного исследования являются эргонимы, а предметом – способы передачи эргонимов с русского языка на английский.

Как известно, разделом лингвистики, изучающим имена собственные, является ономастика [Подольская 1978: 7]. Она обладает собственной терминологической системой, в которую входит понятие «эргоним». По замечанию Н.В. Подольской, эргоним – это «один из разрядов онима», который в свою очередь представляет собой «слово или словосочетание, служащее для выделения именуемого им объекта среди других, его индивидуализации и идентификации» [цит. раб.: 95]. Под эргонимом понимается «собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [там же].

Д. И. Ермолович отмечает, что эргонимы, как и другие имена собственные, «закрепляются за предметом в индивидуальном порядке и должны в принципе

служить для обозначения этого предмета не только в какой-то одной языковой среде, но и в других языковых и культурных средах» [Ермолович 2001: 34]. Именно поэтому при «переводе» имён собственных одного языка на другой принято говорить о передаче онима.

Существует несколько вариантов классификации эргонимов. Так, А. В. Суперанская подразделяет их на реальные (отражают местоположение предприятия и характер его деятельности: например, Мытищинский машиностроительный завод) и символические (частично характеризуют деятельность предприятия и состав его участников: к примеру, спортивное общество «Нефтяник») [Суперанская 1973: 195].

И.В. Крюкова в свою очередь выделяет три группы эргонимов: реальные (состоят из «любых слов любой части речи, не являющихся именами собственным»: например, Волгоградский государственный университет), условные (указывают на некоторые признаки денотата, в основном связанные с характером деятельности учреждения: Международная ассоциация «Военные мемориалы») и символические (не связаны со свойствами денотата, то есть носят произвольный характер, или имена, обозначающие свойства объекта через соотнесенность с содержанием другого слова (ономастические метафоры): космодром «Свободный») [Крюкова 2004: 73].

Для передачи эргонимов используется несколько переводческих стратегий, так как существуют различные типы эргонимов. Так, названия коммерческих организаций следует транслитерировать, а если это некоммерческие государственные организации, то там будет работать семантический перевод.

Итак, рассмотрим следующие примеры: АО «Газпромбанк», ООО «ФЛОРА». Согласно приоритетной классификации, в данных эргонимах присутствуют только два компонента – собственно ономастический и статусный. Для начала проанализируем ономастический компонент: «Газпромбанк», «ФЛОРА». На наш взгляд, при его переводе следует прибегнуть к транслитерации, используя принятый в Российской Федерации ГОСТ 7.79–2000, так как данные лексемы в этих ситуациях являются именами собственными и перевод осуществляется в письменном виде. Думается, что необходимо сохранить прописные и строчные буквы так, как они указаны в оригинале для поддержания орфографии при переводе, что способствует более быстрому и точному распознаванию лексемы. То есть, готовый вариант выглядит следующим образом: Gazprombank, FLORA.

Обратимся к статусному компоненту. В данном примере это «АО» и «ООО», которые, как известно, представляют собой организационно-правовую форму предприятия: АО – акционерное общество и ООО – общество с ограниченной ответственностью. Их перевод является спорным вопросом и сейчас не существует единого мнения по поводу его решения. Иногда АО переводят как «JSC» (joint-stock company), а ООО – «Ltd.» (limited liability company), то есть подбирают наиболее близкий вариант организации

предприятия в англоязычной культуре. Но мы полагаем, что организационно-правовую форму компании следует также транслитерировать. Во-первых, законодательство каждой страны имеет свои особенности и специфические черты, которые нивелируются при переводе с помощью схожей организационно-правовой формы, имеющейся в иноязычной культуре, а это может ввести реципиента в заблуждение. Во-вторых, транслитерация помогает определить страну, в которой находится компания. В подтверждение данной позиции можно привести Комментарии к Письму Банка России от 20.04.2005 № 64-Т: «форма собственности и организационно-правовая форма приводятся в сокращенном виде после указания наименования заглавными латинскими буквами – ООО, ЗАО, ОАО, АКВ» [Комментарии к Письму Банка России URL].

Таким образом, учитывая рекомендации, имеющиеся в Комментариях к Письму Банка России относительно порядка слов, данные эргонимы были переведены как Gazprombank АО, FLORA ООО, так как такой вид передачи оптимален, поскольку юридические формы организации бизнеса относятся к реалиям определённой культуры, и передавать их с помощью так называемого «эквивалента» некорректно, так как основные характеристики организаций неразрывно связаны с правовой системой государства. При этом кавычки не используются, так как в англоязычном мире их применение в данном случае не принято, на что указывают исследователи И.Ю. Окс и А.И. Комарова: «По-английски названия природоохранных территорий, компаний, предприятий и трубопроводов пишутся без кавычек в отличие от русского языка» [Окс, Комарова 2016: 17]. Также эту позицию можно подтвердить словами из Комментариев к Письму Банка России от 20.04.2005 № 64-Т: «Наименование указывается без кавычек и апострофов <...>» [Комментарии к Письму Банка России URL].

Рассмотрим следующий пример. В названиях университетов мы часто встречаемся с такими вариантами, как *Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs* [Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs URL], *Arctic Federal University named after M.V. Lomonosov* [Arctic Federal University named after M.V. Lomonosov URL], *Voronezh State University named after Emperor Peter 1* [Voronezh State University named after Emperor Peter 1 URL] и другие.

В данном случае *named after* является некорректным вариантом перевода. Согласно Cambridge Dictionary, *to name after* означает ‘*to give someone or something the same name as another person or thing*’. Этот глагол действительно значит «называть что-либо или кого-либо в честь кого-то или чего-то», однако в английском языке он не используется как часть наименования организаций, включающих в свой состав мемориальный антропоним. Сравним названия некоторых университетов США: *George Washington University* [George Washington University URL], *Harvard University* (Harvard College was established in 1636 and was named for its first benefactor, John Harvard of Charlestown) [Harvard

University URL]. Таким образом, при переводе на английский язык правильно будет выносить имя собственное в начало названия.

Многие российские вузы используют эту привычную для английского языка синтаксическую модель при переводе своих полных наименований. Например, Lomonosov Moscow State University [Lomonosov Moscow State University URL], Bauman Moscow State Technical University [Bauman Moscow State Technical University URL], Ogarev Mordovia State University [Ogarev Mordovia State University URL] и другие.

Итак, эргонимы являются одним из важнейших элементов языка и повсеместно используется в международной деловой коммуникации. На настоящий момент проблема их корректного перевода остаётся актуальной. Стоит отметить, что, к сожалению, устоявшейся системы перевода эргонимов пока не сложилось. При их передаче могут использоваться различные способы перевода, например, транслитерация, транскрипция или семантический перевод. Довольно часто владельцы компаний могут настаивать на не совсем грамотном названии своей компании, но во многих случаях решение о том, как стоит переводить, должен принимать переводчик, именно поэтому ему следует осознавать свою ответственность и уметь аргументировать своё решение.

ЛИТЕРАТУРА

Ермолович Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур. М.: Р. Валент, 2001. 200 с.

ГОСТ 7.79-2000. Система стандартов по информатизации, библиотечному и издательскому делу. Правила транслитерации кирилловского письма латинским алфавитом. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200026226> (дата обращения: 16.04.2023).

Комментарии к Письму Банка России от 20.04.2005 № 64-Т: SWIFT BIC (международный стандарт ISO 9362). URL: <https://bankir.ru/publikacii/20050628/kommentarii-k-pismy-banka-rossii-ot20042005-8470-64-t-swift-bic-mejdynarodnii-standart-iso-9362-1366887/> (дата обращения: 10.04.2023).

Крюкова И.В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности: дисс. ... д. филол. наук. Волгоград, 2004. 360 с.

Окс И.Ю., Комарова А.И. Как переводить на английский язык названия научных работ по географии. М.: Изд-во МГУ, 2016. 40 с.

Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: НАУКА, 1978. 200 с.

Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. Москва: Наука, 1973. 366 с.

Шутёмова Н.В. Лингводидактические аспекты перевода официально-делового текста // Евразийский гуманитарный журнал. 2018. №2. С. 46–53.

Arctic Federal University named after M.V. Lomonosov. URL: <https://narfu.ru/en/> (дата обращения: 04.03.2023).

Bauman Moscow State Technical University. URL: <https://bmstu.ru/> (дата обращения: 04.04.2023).

George Washington University. URL: <https://www.gwu.edu/> (дата обращения: 14.04.2023).

Harvard University. URL: <https://www.harvard.edu/> (дата обращения: 15.04.2023).

Lomonosov Moscow State University. URL: <https://www.msu.ru/en/index.html> (дата обращения: 04.04.2023).

Ogarev Mordovia State University. URL: <https://mrsu.ru/en/university/> (дата обращения: 15.04.2023).

Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs. URL: <https://www.vlsu.ru/index.php?id=183> (дата обращения: 15.04.2023).

Voronezh State University named after Emperor Peter 1. URL: <https://www.vsu.ru/en> (дата обращения: 15.04.2023).