

АГАФОНОВА В. А., СИМАГИНА О. А.

ФАКТОР АДРЕСАТА В ПЕРЕВОДЕ

Аннотация. В статье предпринимается попытка определить значение фактора адресата в переводе на основании анализа существующей лингвистической литературы. С одной стороны, тексты оригинала и перевода взаимосвязаны. С другой стороны, они в определенной степени находятся каждый в своем культурно-языковом локусе. Текст оригинала и перевода отличаются своими адресатами.

Ключевые слова: адресат, адресант, перевод. коммуникативно-функциональный подход.

AGAFONOVA V. A., SIMAGINA O. A.

RECIPIENT FACTOR IN TRANSLATION

Abstract. The article considers the factor of recipient in translation. A review of relevant linguistic literature is provided. In the context of translation studies, on the one hand, the texts of the original and the translation are linked. On the other hand, they to some extent exist in their own cultural and linguistic spaces. The texts of the original and the translation differ by their recipients.

Keywords: recipient, sender, translation, communicative-functional approach.

Успешность двуязычной коммуникации определяется не только эквивалентностью перевода, но также зависит и от ряда других факторов. Наиболее значимыми из них являются индивидуально-личностные, культурные и социальные особенности участников общения. В этой связи для достижения эффективности общения иноязычных коммуникантов переводчику в некоторых случаях приходится вносить в текст перевода вынужденные стилистические, содержательные и прочие изменения [5]. Данные изменения продиктованы спецификой аудитории текста перевода, в частности, фоновыми знаниями, возрастом, профессией и социальным статусом реципиентов.

В настоящее время фактор адресата в переводческой деятельности недостаточно изучен, несмотря на то, что его важность признают и теоретики, и практики межязыковой коммуникации. Работа в данном направлении должна быть продолжена, что позволит оптимизировать переводческое воздействие, сделать его более эффективным и гармонизирующим. Целью данной статьи является изучение влияния фактора адресата на переводческую стратегию.

Как известно, в рамках различных концепций речевого процесса пассивный коммуникант имеет свое наименование: получатель речи, рецептор, интерпретатор,

слушающий, декорирующий и др. Мы, в свою очередь, будем использовать термин «адресат», чтобы подчеркнуть сознательную направленность к лицу (конкретному или неконкретному), которое может быть определенным образом охарактеризовано.

С точки зрения коммуникативного подхода в построении речи выделяется важная составляющая часть – образ адресата. Так как образы рассказчика и автора могут быть разными, соответственно, разные образы адресата также возможны. Это может быть реальный читатель, который соотносится с реальным автором, или внутренний читатель, который соотносится с повествователем. В этой связи получатель сообщения характеризуется следующими признаками: точность – отвлеченность, действительность – относительность, заинтересованность – незаинтересованность во внутреннем мире текста, восприятие – отсутствие понимания стиля автора, одобрение – расхождение с его точкой зрения [9].

А. Д. Швейцер, развивший положения концепции Лейпцигской школы, определяет перевод как действие, которое направлено на передачу коммуникативного эффекта текста оригинала и в известной степени модифицируемое разностью между двумя языками, двумя культурами и двумя коммуникативными ситуациями [8, с. 75].

В свою очередь, Ю. Найда писал, что динамичная эквивалентность нацелена на реагирование реципиента и старается оказать равнозначное воздействие на получателя перевода. Данное утверждение лежит в основе коммуникативно-функционального подхода к переводу. Именно на основании данного подхода В. В. Сдобников определяет перевод как вид языкового посредничества в рамках речевой ситуации между разноязычными коммуникантами, который направлен на воспроизведение текста на языке перевода, репрезентирующего текст исходного языка в иной языковой и культурной ситуации, который имеет заданную коммуникативную установку и способность выражать коммуникативное намерение адресанта исходного текста, а также производить на своего адресата коммуникативный эффект, сходный с тем, который производит текст оригинала [6, с.188–189].

Таким образом, если исходить из основного положения коммуникативно-функциональной теории перевода, то современный переводчик должен обеспечить именно тот эффект или почти тот же эффект, что и сам оригинал. В возможности решения этой задачи у нас существуют определенные сомнения. Прежде всего, из-за значительных различий между двумя коммуникативными ситуациями: ситуацией создания оригинального текста и ситуацией создания текста перевода.

К числу элементов этих ситуаций относятся и сами коммуниканты: создатель оригинала, получатели оригинала, переводчик, получатели перевода. Например,

современный русскоязычный человек не сможет воспринимать слова американского президента А. Линкольна так, как их воспринимали американцы в ноябре 1863 года. Это, на первый взгляд, убеждает в невозможности полноценного перевода такого текста.

Коммуникативно-функциональная теория перевода довольно осторожно постулирует необходимость обеспечения равенства эффектов со стороны исходного текста и переводного текста. Так, Л. К. Латышев считает полное совпадение индивидуальных реакций со стороны получателей исходного текста и переводного текста случайностью. Он считает, что реципиенты исходного и переводного текстов могут одинаково реагировать на сообщение, но в таком случае эквивалентность их реакции обусловлена сходством их индивидуально-личностных особенностей [4, с. 25].

В качестве решения данной проблемы теоретик перевода М. Я. Цвиллинг предлагает ввести понятие «терциарного» перевода, то есть перевода в интересах третьих лиц [7, с. 153]. В этой связи исследователь приводит примеры ситуаций, в которых перед переводчиком не ставится задачи обеспечить воздействие на реципиента, аналогичного тому, какое оказывает оригинал на своего получателя. Он пишет, что перевод военного документа, если опираться на здравый смысл, ведет к абсолютно обратному эффекту, когда он переводится для товарищеской стороны в целях наладить слаженность действий войск в готовящейся операции, и когда этот же документ переводится для противной стороны с целью сорвать эту же операцию. Не всегда инициатором перевода является автор/отправитель оригинального сообщения. Инициатором перевода может быть, наряду с автором, сам переводчик, получатель оригинального сообщения, потенциальный получатель перевода или постороннее лицо (например, издатель, политический лидер и т.д.). В подобной ситуации было бы крайне странным настаивать на необходимости обеспечить аналогичное воздействие на реципиента перевода.

Несмотря на то, что оригинал и перевод имеют единую цель – повлиять на читателя, они имеют разных реципиентов. Оригиналу адресован читателю, знающему язык оригинала, перевод же рассчитан на читателя, не имеющего этих знаний и поэтому имеющего потребность в переводе, благодаря которому он приобщается к тексту оригинала. Это значит, что перевод – это репрезентация оригинала в другой культурной среде. Репрезентативность перевода не сводится к репрезентативности в плане выражения и содержания. Часто правильно переведенный оригинал непонятен реципиенту перевода, так как оригинал был создан с учетом определенного культурного контекста, нравственно-этических и религиозных норм. При переводе же происходит перенос культурно-мировоззренческой системы оригинала в новую культурную среду [2].

Каждый язык на протяжении истории своего развития впитывает особенности обычаев и характера народа, который на нем говорит. Особенности эти значительны, поэтому принято говорить о языковой картине мира, специфичной для носителей каждого языка. В качестве лингвоэтнических элементов эти свойства являются частью любого текста на данном языке. Поэтому И. С. Алексеева считает, что переводчику необходимо хорошо разбираться в сфере этнолингвистических реалий и в достаточной мере владеть фоновыми сведениями [1, с. 171–172].

Таким образом, фактор адресата в переводе очень важен при осуществлении коммуникации. Адресатом может быть и человек, и группа, и нация в целом, которые являются объектом воздействия со стороны автора оригинала. Учет специфики адресата в переводе предполагает, что переводчику следует обращать внимание на индивидуальные черты того, для кого он переводит – для ребенка или взрослого, для молодого или пожилого, для гуманитариев или «технарей», для образованных или малообразованных людей и т.д. Любой язык воспроизводит отличительные черты национальной культуры, менталитета и истории своего народа, а текст, в свою очередь, формируется в пределах конкретной культуры. Иноязычным читателям могут быть непонятны составляющие этой культуры. В связи с этим появляется необходимость в адаптации текста оригинала для доступности получателю перевода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение. – Москва: Академия, 2004. – 335 с.
2. Ивлева А. Ю. К вопросу об определении понятия «стратегия перевода» // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. – 2016. – № 1. – С.207–212.
3. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – Москва: Высшая школа, 1990. – 253 с.
4. Латышев Л. К. Технология перевода: Уч. пос. по подготовке переводчиков. – М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2000. – 280 с.
5. Полетаева Е. Д. Способы передачи англоязычных аббревиатур в русскоязычном экономическом дискурсе // Культурно-языковое взаимодействие в процессе преподавания дисциплин культурологического и лингвистического циклов в современном полиэтническом ВУЗе: Материалы III Всероссийской (с международным участием) научно-методической конференции. – М., 2017. – С. 141–147.

6. Сдобников В. В. Перевод как коммуникативный акт: дидактический аспект // Вестник НГЛУ им. Н. А. Добролюбова. Серия «Научное сотрудничество с зарубежными университетами-партнерами». – 2005. – Вып.1. — С. 185–192.

7. Цвиллинг М. Я. О некоторых модификациях коммуникативного подхода к понятию перевода // Информационно-коммуникативные аспекты перевода: Межвуз. сборник научных трудов. – Нижний Новгород: НГПИИЯ им. Н. А. Добролюбова, 1991. – С. 153–154.

8. Швейцер А. Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. – М.: Наука, 1998. – 215 с.

9. Салиева Л. К. Образ автора: попытка формализации категории // Международная юбилейная сессия, посвященная 100-летию со дня рождения В. В. Виноградова, Москва, 24-26 янв., 1995 г.: тезисы докл. – М., 1995. – С. 254–255.