

## ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ

### 1. Понятие переводческой стратегии

В практике перевода понятие переводческой стратегии утвердилось давно. Под ним понимается порядок и суть действий переводчика при переводе конкретного текста. Иногда в этом случае применяется понятие «действия переводчика».

Однако в поле зрения переводоведов понятие переводческой стратегии попало сравнительно недавно. В последние годы оно разрабатывается такими теоретиками и практиками, как Д. Селескович и М. Ледерер, С. Басснетт-Макгайр и Х. Крингс, а среди первых исследователей, начавших анализ переводческих действий, можно назвать Ю. Хольц-Мянттяри .

Вместе с тем с теоретическими обоснованиями понятия «переводческая стратегия» мы встречаемся крайне редко. К тому же при обсуждении стратегий преобладают директивные рекомендации. Наверное, это происходит потому, что его суть вытекает из практической деятельности переводчика и кажется само собой разумеющейся.

Попробуем выявить суть, а также наличие объективных и субъективных составляющих переводческой стратегии. При этом нам придется сразу разграничить понятия «переводческие действия» и «переводческая стратегия». Переводческими действиями мы будем называть всю совокупность возможных действий по осуществлению перевода, а переводческой стратегией — осознанно выбранный переводчиком алгоритм этих действий при переводе одного конкретного текста (или группы текстов).

*Переводческие действия* Х. Фермеер характеризует как экспертную деятельность по осуществлению межкультурной коммуникации, как ситуативно обусловленные действия, направленные в каждом конкретном случае на определенную цель; теорию «скопос» он считает составной

частью этого более широкого понятия — теории переводческих (транслаторных) действий .

Ю. Хольц-Мянттяри подчеркивает, что смысл переводческих действий заключается в первую очередь не в экспертной коммуникативной деятельности, а в создании определенного продукта для других людей и во имя определенной цели, который она называет «дизайнерским продуктом» . К этой характеристике переводческих действий Х. Рискю добавляет необходимость участия переводчика в общении с реципиентами. Это общение должно избавить переводчика от иллюзии, что он сам знает, какой текст нужен реципиенту .

Описывая переводческие действия как процесс создания «дизайнерского продукта», Ю. Хольц-Мянттяри перечисляет действия, необходимые для осуществления «дизайна текста»:

- уточнить свои представления о продукте и о потребности в нем;
- составить план действий;
- создавать текст;
- держать этот процесс под контролем;
- производить поиск средств перевода;
- модифицировать найденный материал, приспособив его для данного случая;
- аргументировать свои решения;
- производить постоянную адаптацию своих действий .

Большинство исследователей при обсуждении переводческих действий и порядка их следования (т. е. стратегии) имеют в виду письменный перевод. На этом фоне особенно ценным представляются выводы, сделанные М. Ледерер на материале синхронного перевода: они показывают, что переводческие действия в большинстве своем одинаковы

для любого вида перевода. М. Ледерер выделяет 8 операций, комбинация которых наблюдается во время работы переводчика- синхрониста:

1. Восприятие устной речи.
2. Понимание услышанного.
3. Интегрирование понятых единиц смысла в предыдущие знания, извлеченные из текста оригинала.
4. Формирование высказывания на ПЯ на базе когнитивной памяти.
5. Восстановление элементов высказывания на основе ИЯ с использованием прямых соответствий, осуществляемым автоматически.
6. Восстановление элементов высказывания на основе вербальной памяти (поиск слов для выражения понятого).
7. Слуховой контроль переводчика за собственной речью.
8. Осознание окружающей обстановки .

Из названных операций при письменном переводе отсутствует лишь седьмая — слуховой контроль за собственной речью. Остальные в том или ином виде имеют место, правда с некоторыми модификациями. Восприятие устной речи аналогично восприятию письменной, с той разницей, что при восприятии письменной речи задействованы зрительные рецепторы. Понимание базируется на этом восприятии. Интегрирование понятых единиц текста при письменном переводе включает и единицы смысла, воспринятые переводчиком не только из предшествующего, но и из последующего текста. Осознание окружающей обстановки можно для случая письменного перевода интерпретировать как осознание ситуативного контекста.

Следует отметить, что даже при синхронном переводе отдельные переводческие действия (операции) осуществляются последовательно,

хотя, безусловно, существует феномен их наложения и даже одновременности. Так, восприятие и понимание в ситуации устного перевода накладываются и могут происходить *почти* одновременно, но все же понимание не может предшествовать восприятию и т. п. Целый ряд исследователей видит процесс перевода как череду этапов. Так, Ж. Делпль предлагает различать 3 этапа: понимание, перевыражение и подтверждающий анализ, а каждый из этих этапов разбивает на несколько стадий. С. Баснетт-Макгайр считает, что существует определенная, объективно обусловленная последовательность переводческих действий, которая является залогом создания эквивалентного перевода.

Во всех упомянутых выше трактовках переводческих действий и их последовательности подспудно содержится представление о *переводческой стратегии*. Первым на понятии собственно переводческих стратегий остановил свое внимание Х. Крингс. Опираясь на экспериментальный материал, собранный с использованием методики think aloud («думания вслух»), он предложил понимать под стратегиями перевода потенциально осознанные планы переводчика, направленные на решение конкретной переводческой задачи. Х. Крингс различает макростратегию — способы решения ряда переводческих задач и микростратегию — способы решения одной задачи. С точки зрения макростратегии в процессе перевода автор отмечает 3 этапа: предпереводческий анализ, собственно перевод и постпереводческую обработку текста. Поскольку Х. Крингс опирается на экспериментальный материал, связанный с самосознанием личности, первый и третий этапы, согласно свидетельствам некоторых переводчиков, оказываются факультативными.

Х. Крингс отмечает также различия в алгоритме переводческих стратегий при переводе с иностранного языка и на иностранный язык. Примечательно, что при переводе на иностранный язык, когда переводчик испытывает трудности при поиске эквивалента просто по той причине, что

языковой системой чужого языка он владеет не в полной мере, ему приходится сначала зачастую перевыражать мысль на языке оригинала, чтобы облегчить себе поиск эквивалента. При переводе с иностранного языка, напротив, приходится делать выбор в арсенале ПЯ (родного языка), системой которого переводчик владеет в совершенстве.

Итак, остановимся подробнее на 3 основных этапах переводческих стратегий.

## **2. Предпереводческий анализ текста**

Предположим, что перед переводчиком текст оригинала и чистый лист бумаги или пустой экран компьютера. Долгое время — пока не придет окончательная зрелость — переводчика одолевает соблазн поступить «просто», т. е. взять да и начать переводить текст с начала и подряд, время от времени заглядывая в словарь. Зачем тратить время на знакомство с текстом, — ведь времени и так в обрез!

Но с опытом понимаешь, что так ты потратишь времени значительно больше. Потому что после первой страницы ты вдруг спохватишься, заметив в тексте оценочные слова, которые ты сходу заменил нейтральными; на четвертой странице сообразишь, что язык текста вовсе не такой сухой и казенный, каким ты его делаешь, и что он близок к разговорной речи, да и термины нужно было передавать не в строго научном варианте, а в варианте околонучного жаргона. И начнутся переделки. Переделывая, ты уже не сможешь всякий раз удерживать в памяти, как давно ты употребил то или иное слово, — начнутся повторы, стилистические шероховатости, рассогласование во временных формах... И твой перевод будет загнан в состояние глухого черновика. Вот и получается, что гораздо выгоднее (по времени и по результату) к переводу подготовиться.

А это значит, что текст нужно обязательно пробежать глазами; если это целая книга, то почитать и полистать в разных местах, а затем выбрать

несколько фрагментов и сделать специальный подготовительный анализ, который мы назовем предпереводческим (выделение этого особого этапа встречается теперь во многих пособиях, но состав анализа предлагается различный). Задача анализа — выяснить, что за текст перед нами. Кроме того, хорошо бы узнать, чего требует от переводчика заказчик и чего ожидает реципиент от текста перевода. Только после этого этапа возможен перевод, который почти не придется править. Таким образом, вместо экстенсивного пути проб и ошибок предлагается оптимальный интенсивный путь.

Однако вполне объяснимое человеческое самомнение порой заставляет переводчика упорствовать. Соображения примерно такие: ну что же, я совсем тупой, что ли, сам не соображу по ходу дела, что за текст? Ведь я прекрасно знаю язык, у меня богатый словарный запас, чувство стиля вообще выдающееся — переведу, как интуиция подскажет, по вдохновению!

И ведь действительно угадываешь иногда! И все говорят: это «твой» текст, ты его прямо нюхом чувствуешь. А другой раз не угадаешь — и тогда говорят: это не твое, не рожден ты переводить такие тексты. Жаль, если недостаточно опытные переводчики из-за собственного невежества верят в эту дилетантскую чушь. Нет, не бывает текстов, для которых ты не рожден (художественные пока оставим в стороне)! Бывают плохо подготовленные, неопытные переводчики. И надо- то всего немного — иметь трезвую голову на плечах.

Трезвая голова и немного наблюдений над жизнью подскажут вам, что любой профессионализм — столяра, инженера, преподавателя, художника и переводчика в том числе, — складывается из вдохновения и холодного расчета. Холодный расчет — это отточенные профессиональные навыки, доведенные до автоматизма, а вдохновение (или, точнее, творческая интуиция) — это фактически выросшее из

профессиональных навыков умение их комбинировать, отбирать необходимое. Это то ощущение, когда единственно верное решение возникает как будто из ничего, без осмысления — • на самом же деле все давно осмыслено, и этап анализа можно уже пропустить. Путь к таким решениям у одних переводчиков короче, у других — длиннее, но без большой, полной внимания и сосредоточенности работы над текстом его не пройти. А если пройдешь, тогда любое слово будет подсказывать выбор остальных, и тогда действительно создается впечатление, что перевод рождается по вдохновению.

Итак, попробуем пойти путем «холодного расчета» — сделать необходимый анализ текста, готовясь к переводу. Обозначим основные аспекты анализа.

*Сбор внешних сведений о тексте.* Некоторые из них очевидны, и их просто учитывают на будущее. Это: автор текста, время создания и публикации текста, то, из какого глобального текста взят ваш текст (предположим, информационная заметка из газеты «Геральд трибюн»; энциклопедическая статья из 2-го тома энциклопедии Май-ера; научная статья из журнала «Кардиология»). Все эти внешние сведения сразу много скажут нам о том, что можно и чего нельзя будет допускать в переводе. Например, если текст прошлого века, пусть он и не художественный, при переводе необходима архаизация, т. е. предпочтение устаревшим словам и синтаксическим структурам. Если указан автор текста, то в определенных случаях (тексты публицистический, мемуарный, научно-популярный и др.) можно ожидать черт индивидуального авторского стиля, которые войдут в инвариант при переводе. Глобальный текст и место в нем нашего текста подскажет, с каким типом текста мы имеем дело.

К сбору внешних данных мы отнесем и учет пожеланий заказчика перевода. Это важно в тех случаях, когда заказчику необходим не просто

перевод, но еще и попутная обработка текста: выборочный перевод, смена стилового регистра, адаптация и пр. Во всех остальных случаях, когда от переводчика требуется эквивалентный («точный») перевод, он ориентируется на тип текста оригинала.

*Определение источника и реципиента.* Важнейший и неочевидный момент — определить, кем текст порожден и для кого предназначен. Здесь можно легко попасть впросак, неверно определить источник и реципиента, а значит — взять неверные ориентиры в переводе. Так, деловое письмо имеет, казалось бы, конкретного автора, его подпись стоит в конце письма, но написано оно от имени фирмы и в ее интересах, следовательно, настоящий источник — фирма. Энциклопедическая статья также может иметь автора, и он указан, но фактический источник текста — редколлегия энциклопедии, а в составе сведений, входящих в статью, отражено, более того, мнение и трактовка, общепринятые и как бы утвержденные всем опытом человечества (возьмите любую энциклопедическую статью, к примеру, об Эйнштейне, о паровом двигателе, о барокко и т. п.).

Несколько проще определить реципиента, т. е. того, кому текст предназначен. Это может быть указано в аннотации к глобальному тексту или во вступительном разделе (в предисловии, если это целая книга, в редакционном обращении, если это журнал). В сложных случаях это выясняется лишь при дальнейшем анализе. А зачем нам непременно нужно это выяснить? Дело в том, что от этого зависят разнообразные языковые черты, которые непременно нужно передать в переводе. Если текст предназначен детям, в нем необходимо сохранить простой синтаксис, доступный детям подбор слов, яркую, доступную образность. Если это текст, который написан для всего взрослого населения страны (инструкция к бытовому прибору, энциклопедическая статья), то в нем могут встречаться самые разные синтаксические структуры, но обязательно отсутствуют узкоспециальные и диалектальные слова.

Необыкновенно важно и верное представление об источнике. Главное, что дает это представление: понимание того, что автор очень часто — понятие формальное, и то, что он указан, не означает обязательно наличия черт его индивидуального стиля в тексте. Например, автор информационной заметки в ежедневной газете часто указывается, но его имя приводится, чтобы закрепить за определенным лицом ответственность за информацию.

*Состав информации и ее плотность.* Неожиданно важным оказывается тип информации, заложенной в тексте. Мы уже знаем, что вид информации является определяющим для типа текста и имеет свои средства языкового оформления. Удобнее всего при анализе «проверить» текст, который мы собираемся переводить, на наличие всех четырех типов информации.

Начнем с когнитивной. Есть ли в нашем деловом письме *когнитивная информация*, т. е. объективные сведения о внешнем мире? Безусловно есть. Это имя автора письма, название фирмы, наименования товаров, обозначение сроков их поставки, условий поставки. Все эти сведения оформляются в тексте особым образом. В первую очередь для них характерна терминологичность, т. е. большое количество языковых знаков, имеющих статус термина и признаки термина: однозначность, нейтральная окраска, независимость от контекста. Вот и ключ к переводу! Значит, переводить все это нужно однозначными соответствиями — эквивалентами, которые есть в словаре. Вторая важная черта: когнитивная информация оформляется в тексте средствами письменной литературной нормы, точнее, ее нейтрального варианта (деловой язык, научный стиль — в конкретных случаях письменная норма получает разные названия, но черты ее остаются стабильными). Обнаружив эту черту в оригинале, мы постараемся отразить ее в переводе, т. е. будем соблюдать нейтральную письменную литературную норму языка перевода.

Если наше деловое письмо содержит распоряжения, предписания для адресата, то очевидно, что в нем есть *оперативная информация*, выражаемая известными нам средствами: формами глагола в повелительном наклонении, глагольными конструкциями с семантикой необходимости или возможности, модальными словами. Выявив ее при анализе, мы затем передадим ее адекватными средствами.

Теперь посмотрим, представлена ли в деловом письме *эмоциональная информация*, т. е. имеются ли в тексте, если можно так выразиться, новые сведения для наших чувств. Да, и они есть. Это слова приветствия и прощания, высказанные в письме мнения и оценки. Правда, эмоциональная информация в деловом письме несколько стерта, ограничена рамками делового этикета. Так что в подлиннике не встретятся эмоционально окрашенные средства просторечия, которые допустимы в личном письме. Именно поэтому вам не встретится словосочетание «я страшно рад», а встретится «я искренне, необычайно рад» или «мне приятно было узнать»; не встретится «пока», а встретится «всего доброго».

Итак, мы можем сделать важный для перевода вывод: эмоциональная информация будет передаваться с помощью эмоционально окрашенной лексики и эмоционального синтаксиса, но средства передачи ограничены рамками делового этикета.

И, наконец, есть ли в деловом письме *эстетическая информация*? Дает ли нам этот текст ощущение прекрасного? Есть ли в нем для этого специальные средства — метафоры, рифма, игра слов, ритмичный синтаксический период, причудливые эпитеты?

Нет, признаков проявления эстетической информации мы не находим.

Итак, анализ информационного состава делового письма прямо подвел нас к выводам о том, как его нужно переводить.

Практический опыт перевода показывает, что переводчику часто попадаются тексты, в которых разные виды информации смешаны. Такова реклама, в которой в причудливом сочетании выступают все четыре вида: когнитивная информация (название фирмы, название продукта, его параметры, цена), оперативная (прямые призывы приобрести товар или косвенные — приглашение обрести новые ценности жизни), эмоциональная (гиперболизированная положительная оценка качества продукта, черты близости к устной разговорной речи) и эстетическая (игра слов, рифма, фразеология, повторы).

Но тем не менее среди разнообразия текстов, которые человек разработал для удобства коммуникации, явно намечаются такие, которые специализированы на одном определенном виде информации. Так, научный текст специализируется на передаче когнитивной информации, текст бытового общения — на эмоциональной информации, художественный текст — на эстетической. Стратегию перевода именно таких текстов переводчику легче всего выбрать. Однако совершенно «чистыми» они все же не бывают. Даже самый строгий научный текст может содержать небольшую долю эмоциональной информации. Но для нас важно в принципе осознать, что от вида информации зависит выбор языковых средств при переводе — и на первом этапе того комплекса действий, который мы назвали переводческой стратегией, необходимо определить этот вид (или виды).

В анализе информационного состава текста существует параметр, который оказывается важным для перевода, — это *плотность* информации (компрессивность). Рассматривая разные тексты, мы обнаруживаем, что в некоторых из них, например в энциклопедическом, используется много сокращений, пропущены второстепенные компоненты синтаксической структуры и т. п. Это сигнал того, что в оригинале есть средства повышения линейной плотности информации, и в переводе их необходимо

сохранить, найдя аналогичные средства. Отметим, что повышение плотности информации свойственно только когнитивному виду информации, хотя средства ее повышения (например, сокращения) могут встречаться и в художественном тексте и будут там выразителем эстетической информации.

*Коммуникативное задание.* Определив информационный состав текста, несложно сделать следующий шаг: сформулировать коммуникативное задание текста. Оно может звучать по-разному: сообщить важные новые сведения; убедить в своей правоте; наладить контакт.

Часто коммуникативное задание комплексно: сообщить новые сведения и убедить в необходимости купить, одновременно доставить удовольствие тем, как текст сделан (реклама). Такая формулировка помогает переводчику определить главное при переводе, т. е. доминанты перевода.

*Речевой жанр.* Все описанные аспекты предпереводческого анализа еще не дают полного представления о том, как оформлен текст. Окончательное представление мы получим, если определим, к какому речевому жанру он относится. Человек разработал устойчивые типовые формы текстов, которые имеют свою историю, свои традиции. Подчеркнем, что эти типовые формы, за редким исключением, интернациональны, они не привязаны к определенному языку, так что этот аспект анализа, как и предыдущие, может проводиться на материале любого исходного языка и «работает» для другого, переводящего. Скажем, речевой жанр интервью или научного доклада вполне одинаково строится как во французском и немецком, так и в русском языке. Речевыми жанрами занимается функциональная стилистика, и мы не будем вторгаться в столь важную для целей перевода, сопредельную с ним, но все-таки чужую епархию. С функциональной стилистикой и речевыми жанрами переводчику необходимо познакомиться отдельно.

Не все характерные черты речевого жанра, которые выявлены предпереводческим анализом, нужно обязательно осознавать и учитывать переводчику. Например, он вряд ли изменит при переводе абзацную структуру текста, заменит монолог диалогом или повествование от третьего лица на повествование от первого лица. Но все они в совокупности составляют *систему* речевого жанра, и, чтобы выбрать в ней те, на которые следует обратить активное внимание (повторы, эмоционально окрашенную лексику и т. п.), необходимо знать систему в целом.

### **Переводческий анализ в устном переводе.**

Несмотря на то что устный перевод выполняется в обстановке дефицита времени, переводчик и здесь руководствуется определенной стратегией и для ее выявления неизбежно проводит некий анализ. Ведь еще до начала собственно перевода, перед этапом непосредственного восприятия текста, он получает начальные сведения о тексте. Опираясь на эти начальные сведения, получаемые от заказчика, переводчик определяет степень сложности, особенности текста, тематику терминов, приемы, которые придется применять. Это и есть анализ устного текста. Он делается до работы и продолжается в процессе перевода. Анализ устного текста не требует особого времени, его навыку опытного переводчика доведен до автоматизма.

Анализ текста в устном переводе напоминает по своей схеме анализ текста в письменном переводе, только, пожалуй, он лишен того объема разнообразия доминирующих черт, а сам перевод допускает меньшую степень сохранения инварианта, поскольку делается в обстановке дефицита времени.

Так или иначе, должны быть четко ясны и источник, и реципиент. Источник сообщает информацию и выражает мнение от имени той группы людей, которую он представляет. Информационное сообщение по радио

делается от имени информационного агентства и может одновременно соответствовать или противоречить позиции правительства; официальная речь произносится от имени общественной организации, коллектива профессионалов и т. п.; интервью может давать директор банка, спортсмен, политический деятель и т. п. Верное определение источника позволит прогнозировать те языковые средства, которые ожидаемы в тексте, в первую очередь — для определения тематической сферы лексики.

В жанре интервью характеристика источника осложнена тем, что он чаще всего выступает в нем не только как представитель группы, но и как личность. Это проявляется и в особых языковых средствах (отступление от литературной нормы, привлечение неожиданных пластов лексики, повышенная аллюзивность текста — скрытые цитаты и т. п.) — и переводчику необходимо знать, что такие особые средства в переводе могут встретиться.

Устный текст более узко, чем письменный, ориентирован на реципиента — на того, кто его слушает. Если аудитория состоит из специалистов (скажем, в области водоочистных сооружений), то в тексте можно ожидать особенностей, рассчитанных на высокий уровень профессиональной компетентности. Ведь если при восприятии письменного текста научной статьи на эту тему мы можем пополнять свои недостающие профессиональные знания с помощью справочников и словарей, то при устном восприятии мы должны иметь эти знания наготове, в активном запасе. С другой стороны, мимика и описательное наличие эмоциональной информации в устном тексте облегчают восприятие содержания.

Итак, переводчику приходится заранее предположительно определить специфику реципиента, для которого он транслирует перевод.

Далее, важно четкое представление о коммуникативном задании данного текста. Это третий этап анализа в устном переводе. В

соответствии с текстовыми жанрами переводчик может встретиться со следующими типичными случаями: у информационного сообщения — задание передачи когнитивной информации, поданной под углом зрения источника; у официальной речи — функция и информирующая, и оперативная, поскольку эмоциональные средства служат привлечению сторонников; у интервью к названным функциям добавляется еще и рекламная.

Затем, после уточнения источника, реципиента, коммуникативно го задания, на четвертом этапе анализа, следует определить конкретные языковые средства, с которыми переводчику придется работать при переводе текста данного жанра. Получив ясное представление о специфике текста на первых трех этапах, сделать это уже несложно, но, учитывая дефицит времени, в обстановке которого устному переводчику придется, бегло просмотрев материалы будущего перевода или узнав о теме, выполнить анализ, надо отметить, что качество его перевода во многом зависит от того, насколько прочно закреплен навык выполнения такого анализа. Повторяем, что набор ведущих, доминирующих языковых средств всегда достаточно стабилен.

Отметим основные. Для всех жанров текстов доминантой перевода является фон устного варианта литературной нормы языка. В устном информационном сообщении — простой синтаксис, ограниченное количество сложноподчиненных структур, обилие личных и географических имен, количественной цифровой информации, отсутствие узкоспециальной терминологии, стертая эмоциональность, выражаемая преимущественно порядком слов, оценочными эпитетами.

В интервью отклонения от литературной нормы бывают значительны, меньше цифровой информации, встречаются иногда специальные термины и экзотизмы, которые, правда, тут же, как правило, поясняются. Средств эмоциональности значительно больше, чем в

информационном сообщении. К уже названным добавляются фразеологизмы, цитаты (в том числе скрытые), крылатые слова. Сложные синтаксические структуры не встречаются. Вопросы и ответы часто составляют единое смысловое, а иногда — и синтаксическое целое, и переводчику приходится держать в памяти содержание и структуру предшествующей реплики. В текстах этого типа важную роль может играть индивидуальный стиль оратора.

В официальной речи к доминирующим языковым чертам относятся: достаточно строгое соблюдение литературной нормы; традиционные формулы зачина, концовки и контактные формулы; обилие фразеологизмов, цитат, крылатых выражений (часто на латыни); риторические приемы, накладывающие свой отпечаток на синтаксис текста: риторические вопросы и восклицания, сложно построенный риторический период с лексическими и синтаксическими повторами, синтаксический контраст: чередование риторического периода с короткими оценочными предложениями; использование таких фигур стиля, как метафоры, сравнения, эпитеты, чередование временных планов, включая имитированное прошедшее, приближающее события прошлого к реципиенту, выраженное с помощью исторического презенса.

Своя специфика языковых средств характерна и для переговоров и дискуссий. Это, как правило, синтаксически несложные высказывания, порождаемые спонтанно: в зависимости от темы в них может встречаться узкоспециальная терминология. Главное же, к чему должен быть готов переводчик при переводе такого рода текстов, — это внезапно возникающее обилие эмоциональных средств, вплоть до табуированной лексики, если в ходе дискуссии разгорается конфликт.

Декларация или манифест — текстовый жанр, где эмоциональная окраска держится в рамках литературной нормы, с отклонениями в сторону высокого стиля, с использованием архаичной лексики и оборотов

речи высокого стиля. Характерна юридическая терминология, поскольку тексты этого типа имеют официальный юридический статус. Манифест имеет обычно строгую композиционную структуру, отдельные части текста имеют подзаголовки и оформлены наподобие статей закона.

На заключительном этапе анализа должны быть сделаны выводы о том, какие из названных признаков входят в инвариант и какими средствами они могут передаваться в переводе: личные и географические имена, термины, названия фирм и организаций — с помощью однозначных соответствий, фразеологизмы — по мере возможности на том же уровне семантической связанности или с помощью замены нарицательным семантическим эквивалентом, высокий стиль — системно и т. п.

Современный уровень профессиональной корректности переводчика требует и в устном переводе учитывать индивидуальность автора текста. В обстановке дефицита времени это — чрезвычайно сложная задача. Хорошо, если переводчик работает с известным оратором, специфика стиля которого общеизвестна, или если у него есть возможность изучить стиль своего клиента заранее. На обиходном уровне любимые обороты речи, характер образности, дефекты речи у популярных ораторов известны всему населению. Переводчику же необходимо не просто их опознавать, но и уяснить себе ведущие характеристики этих стилей. Однако гораздо сложнее, если индивидуальность речи оратора обнаруживается лишь в ходе перевода. Тогда даже навык анализа не обеспечит передачи всех черт, и в переводе они окажутся ослабленными.

### **3. Аналитический вариативный поиск**

Следующий этап перевода, присутствующий во всех переводческих стратегиях, — это создание текста перевода.

Что делает переводчик, когда он переводит? Мы знаем, что ОН преобразует текст, порожденный на одном языке, в текст на другом языке. Но что конкретно он делает и как можно оптимизирован, это процесс?

Процесс перевода — это поиск. И переводчик может вести свой поиск вслепую, случайно попадать в точку или впросак. Мы с вами хотим этого избежать и поэтому уже подготовились, проведя предпереводческий анализ. Мы знаем, какие особенности текста мы постараемся передать в переводе. Осталось отработать технику. А для этого продуктивнее всего попробовать пойти аналитическим путем — опять путем «холодного расчета». Попытаемся осознать каждый свой шаг на простом примере, всякий раз комментируя свои действия и объясняя их причину. Предположим, первая фраза текста, который вам нужно перевести, гласит: «Jeder weiss: Aller Anfang ist schwer». Переведем ее так: «Всякий знает: лиха беда начало» и прокомментируем свой перевод: Первую часть фразы мы переводили, вычленив как минимальную единицу перевода слово — отдельно «всякий» и «знает», выбирая подходящие вариантные соответствия. Определяя вариант, мы ориентировались на то, что перед нами текст журналистского эссе, основа стиля которого — письменная литературная норма, что и видно в окраске слов подлинника. Поэтому из возможных вариантов: «всякий», «всяк», «любой», «каждый», «кого ни возьми», мы выбрали «всякий» (вариант с легким оттенком консервативности письменной нормы). Возможен был и более нейтральный вариант «каждый». По той же причине среди вариантов «знает», «в курсе», «рассекает» и др. мы выбрали «знает». Вторая часть фразы представляет собой фразеологизм, а именно — пословицу. В любом речевом жанре и при любом информационном составе текста пословица несет важные функции: компактным образным способом передать информацию с оттенком просторечия, а может служить и элементом ритма текста. Поэтому во всех текстах, кроме устных, ее передают с сохранением формальных особенностей; передача описательным способом недопустима. Вот почему мы передаем вариантным соответствием, с частичным изменением образа («лиха беда» по сравнению с «schwer»

является гиперболой), но с сохранением ритма и оттенка архаичности (в подлиннике это употребление «АНег» вместо современного «jeder» в сочетании с «Anfang», — в переводе «лиха» — краткая форма прилагательного). Рассматривая всю пословицу как семантическое единство, мы в качестве единицы перевода избираем предложение.

Итак, при комментировании мы определяли единицу перевода, тип и вид соответствия.

#### **4. Анализ результатов перевода**

Перевод выполнен. Осталось просмотреть его и здраво оценить. Поскольку на этапе подготовки и в процессе перевода мы старались себя контролировать, нам остается в основном техническая работа.

Прежде всего — нужно сделать сверку текста: не пропущено ли случайно слово или фрагмент текста. Затем оценивается единство стиля текста перевода, уже без сопоставления с подлинником, т. е. делается редакторская правка, о которой шла речь. Разумеется, все собственные огрехи заметить не удастся, поэтому, если перевод публикуется, он проходит (в зависимости от целей издания) литературное, научное и издательское редактирование. Но первоначально соответствие литературной норме языка перевода и уже упомянутое единство стиля должен выверить сам переводчик. Единство стиля: не попало ли в перевод неподходящее словечко, не отвечающее основным чертам стиля подлинника, не слишком ли искусственно выглядит на фоне текста стилистическая фигура, сконструированная переводчиком, — все это поддается контролю. Попутно выявляются мелкие стилистические шероховатости: слишком частый повтор одного и того же слова (обычно переводчики знают за собой любовь к определенным словам и могут невольно наполнять ими перевод), неудачные сочетания придаточных, рассогласование во временах, неправильное падежное согласование.

## **Выводы**

Исследуя понятие переводческой стратегии и этапы, составляющие ее алгоритм, мы выявили и описали лишь необходимые ее составляющие, базирующиеся на общих закономерностях порождения «вторичного» текста, текста перевода и не касаясь частных случаев «микростратегий». Определяющим для выбора конкретных переводческих действий в рамках стратегии перевода оказался тип текста и содержащаяся в нем информация, что еще раз подтверждает значимость параметра вида информации для транслатологической классификации типов текста.

Однако наши рассуждения представляют собой некое обобщение, рассматривающее наиболее типичные черты реальных стратегий, поэтому мы невольно представляем себе идеальную стратегию идеального текста. При формировании стратегии перевода реально существующего текста переводчик часто сталкивается с тем, что исходный текст не идеально соответствует тому или иному типу, что стиль его неровен и т. п. Основой для корректировки стратегии перевода в этом случае может служить характеристика источника: если источник индивидуален, т.е. в тексте присутствует авторское начало, авторский стиль, тогда переводчику приходится воспроизводить все неровности текста, ведь ответственность за них несп автор оригинала; если же авторское начало отсутствует — переводчик ориентируется на тип текста и его конвенции и вправе исправлять стиль оригинала.

Дальнейшие исследования, в том числе и экспериментами. (пока их явно недостаточно), должны выявить вариативность переводческих стратегий в зависимости от личности переводчика и его профессиональных умений и меру связи ошибок переводчика с оптимальностью выбора стратегии. Это позволит уточнить наши представления как о процессе перевода, так и о критериях его эквивалентности. А результаты таких исследований, воплощенные в

дидактике перевода, надо надеяться, будут способствовать росту качества перевода.