

Плескач Юлия Игоревна

студентка

Власова Дарья Васильевна

студентка

Власова Ольга Васильевна

студентка

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный

педагогический университет им. В.П. Астафьева»

г. Красноярск, Красноярский край

ЗНАЧИМОСТЬ АДРЕСАТА ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ПЕРЕВОДА

Аннотация: в данной работе поднимается вопрос о значении адресата при осуществлении перевода, лингвистических и культурно-исторических особенностях, необходимых для учета переводчиком в своей профессиональной деятельности.

Ключевые слова: перевод, текст оригинала, реципиент, адресат.

Языковая коммуникация не всегда зависит только от правильности перевода, но испытывает влияние других факторов. Самые существенные при этом это, конечно, субъективные факторы участников коммуникации. Исходя из этого, переводчик при осуществлении профессиональной деятельности должен подстраивать текст перевода под конкретную аудиторию в соответствии с их фоновыми знаниями, возрастом, профессией, а также социальным статусом.

Согласно различным подходам лингвистов-переводчиков, пассивный субъект коммуникации имеет свое название – реципиент, интерпретатор, слушающий, получатель информации. Опираясь на коммуникативный подход, выделяют такую составляющую как образ реципиента, играющий важную и довольно существенную роль. Реципиентом может быть как реальный читатель, соотносимый с существующим автором, так и внутренний читатель, соотносимый с повествователем.

Доктор филологических наук и лингвист-американист А.Д. Швейцер определял перевод как действие, направленное на передачу эффекта, производимого текстом оригинала и в некотором роде изменённое из-за различий двух языков, культур и различных коммуникативных ситуаций.

В основе коммуникативно-функционального подхода лежит утверждение о том, что эквивалентность перевода имеет целью получить реакцию адресата и оказать равнозначное по отношению к тексту оригинала воздействие на получателя. В.В. Сдобников на основании данного подхода считает перевод видом языкового посредничества в условиях речевого акта коммуникации между коммуникантами, обладающими разноязычными языковыми кодами, направленный на создание текста на языке перевода, отражающего коммуникативную установку адресанта исходного текста, а также производящий на адресата определённый эффект, сравнимый с восприятием текста оригинала. То есть переводчик в своей работе – в тексте перевода – должен создать тот же эффект, что и сам оригинал. Однако, существуют сомнения, что выполнение данной задачи возможно, поскольку ситуация создания оригинального текста существенно отличается от ситуации создания текста перевода [1].

Помимо уже упомянутого, к числу элементов подобных ситуаций относятся также сами субъекты коммуникации: создатель текста оригинала, переводчик (получатель и интерпретатор оригинала), а также получатель текста перевода. Например, никакой современный русский человек не сможет с тем же эффектом воспринять речь А. Линкольна в ноябре 1863 года, как ее восприняли в тот момент американцы. Как полагает Л.К. Латышев, совпадение реакций индивидов на текст перевода может наблюдаться только в случае совпадения их индивидуально-личностных особенностей. М. Я. Цвиллинг в данной связи предлагаетвести понятие «терциарного» перевода – перевода в интересах третьих лиц. В таком случае перед переводчиком нет цели создать эффект воздействия на принимателя информации. Кроме того, инициатором перевода может выступать сам переводчик, то есть текст оригинала с самого начала содержал эффект

воздействия, направленный на иного получателя (военные переводы, переводы речей политиков, государственных деятелей) [2].

Таким образом, текст зачастую направлен на человека, способного воспринять его в оригинале, знающего данный язык и культурно-исторические особенности страны этого языка. По сравнению с ним перевод направлен на человека, не обладающего знаниями данного языка, а потому нуждающегося в переводе. Тем не менее, выполнение правильного перевода – не такая простая задача, поскольку каждый язык помимо лингвистических особенностей, впитывает в себя экстралингвистические факторы: традиции, обычай, культуру и историю народа, говорящего на нем. Не принимая эти особенности во внимание, недостаточно квалифицированный переводчик упустит значительный пласт информации, который может повлиять на смысл всего переведенного информационного сообщения в целом.

Обобщая приведенные примеры и мнения, адресат при переводе играет огромное значение, и учёт индивидуальных черт адресата крайне важен, так как это могут быть реципиенты разного возраста, пола, с разным образованием. Не для всех отличительные черты культуры другого народа известны и понятны, поэтому адаптация текста оригинала помогает добиться понимания и доступности информации для адресата.

Список литературы

1. Сдобников В.В. Теория перевода: Учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков / В.В. Сдобников, О.В. Петрова. – М.: АСТ; Восток-Запад, 2007. – 448 с.
2. Цвиллинг М.Я. О некоторых модификациях коммуникативного подхода к понятию перевода // Информационно-коммуникативные аспекты перевода: Межвуз. сборник научных трудов. – Н. Новгород: НГПИИ им. Н. А. Добролюбова, 1991. – С. 153–154.