

Немецкий народ, работающий, основательный, целеустремленный, серьезно относящийся ко всему (возможно, по мнению людей во всем мире, слишком серьезно) стремиться во всех сферах своей жизни выглядеть достойно. Пусть юмор и не является самой сильной стороной немцев, пусть с точки зрения мирового сообщества он кажется грубым и примитивным, но немцы умеют смеяться и в первую очередь над собой. Возможно, и в этом они стремятся со своей немецкой прагматичностью найти выгоду и извлечь пользу. Они не понимают, как можно легко относиться к жизни. По их мнению, жизнь серьезна, но в ней должно быть место всему, хотя и в свое время. Русское высказывание «Делу время, потехе час» принадлежит царю Алексею Михайловичу, которое он написал на титульном листе книги об охоте. Но, кажется, его немецкий аналог «Erst die Arbeit, dann das Vergnügen» [3, с.69] точнее характеризует немецкий народ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Овчинникова А.В., Овчинников А.Ф. Deutschland im Überblick. О Германии вкратце. Серия «Школа в клеточку». – М.: «Лист», 1998 – 208с.
2. Немецко-русский словарь: - М.: «Русский язык», 1992. – 1040с.
3. Русско-немецкий словарь крылатых слов: М.: Рус.яз. – Медиа, 2003. – 384с.
4. Чарльз Чаплин. Моя биография. М.: «Искусство», 1966. – 496с.
5. Dieter F. Wackel. 1000 Witze zum Schlapplachen. – München: Knaur Taschenbuch Verlag, 2011. – 311с.
6. Dieter F. Wackel. Ein Witz für alle Fälle. – München: Knaur Taschenbuch Verlag, 2008. – 309 с.
7. Judith Kerr. Als Hitler das rosa Kaninchen stahl. – Otto Maier Verlag Ravensburg, 1971.- 178с.
8. Der Spiegel. Nr.49 2.12.13
9. <http://inosmi.ru/world/20130211/205748141.html>
10. <http://www.mediasprut.ru/germ/all/witz.shtml>
11. <http://serialu.net/germanskaja-golovolomka/>
12. www.belvpo.com/ru/29534.html

КОММУНИКАТИВНАЯ ДИСТАНЦИЯ И ФАКТОР АДРЕСАТА: ПАРАМЕТРЫ МЕЖЯЗЫКОВОГО ПЕРЕВОДА

Е.М. Масленникова

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования «Тверской государственный
университет», г. Тверь*

Интерпретационные теории текста (В.З. Демьянков, К.А. Долинин, В.А. Кухаренко и др.) рассматривают текст как с позиции его автора (адресанта), так и с позиции читателя (адресата). В статье обсуждается роль коммуникативной дистанции при межязыковом переводе.

Ключевые слова: художественный перевод, фактор адресата

COMMUNICATIVE DISTANCE AND ADDRESSEE FACTOR IN LITERARY TRANSLATION

E.M. Maslennikova

Interpretative theories of text (V.Z. Demyankov, K.A. Dolinin, V.A. Kuharenko, etc.) consider the text as from the point of view of its author and its reader as an addressee. The article discusses the role of communicative distance in literary translation.

Keywords: *literary translation, addressee factor*

Интерпретационная сущность перевода как полноценной двуязычной коммуникативной деятельности проявляется в том, что переводчик как активно работающая с оригиналом личность пытается донести до вторичного читателя из системы переводящего языка и культуры субъективную репрезентацию Мира текста. Художественный перевод предполагает определённое реструктурирование оригинала как реорганизацию его исходного пространства с тем, чтобы получаемый в итоге перевод не создавал ситуацию стилистического дискомфорта (термин Ю.А. Сорокина), поэтому К. Гарнетт вводит образ *Jack the Giant-killer* 'Джек – покоритель великанов'.

Это я в этот последний месяц выучился болтать, лежа по целым суткам в углу и думая... о царе Горохе. Ф.М. Достоевский. Преступление и наказание ↔ *But I am talking too much. It's because I chatter that I do nothing. Or perhaps it is that I chatter because I do nothing. I've learned to chatter this last month, lying for days together in my den thinking... of Jack the Giant-killer...* F. Dostoevsky. Crime and Punishment (Translated by Constance Garnett)

В русском языке зооморфный образ гуся встречается в выражениях типа *хорош гусь, что за гусь* и т.д., представляющих ненадёжного человека, или в просторечном выражении *гусь лапчатый* о хитром и ловком человеке. М.А. Булгаков создает новое выражение *заграничный гусь* для характеристики, которую поэт Бездомный даёт Воланду:

– *Да, мы – атеисты, – улыбаясь, ответил Берлиоз, а Бездомный подумал, рассердившись: «Вот прицелился, заграничный гусь!»* М.А. Булгаков. Мастер и Маргарита

Несмотря на возможность калькирования выражения *заграничный гусь* как *the foreign goose* (R. Peaver and L. Volokhonsky, 1997 г.; Н. Aplin, 2008 г.), вполне вероятно, что вариант *the foreign snob* окажется более функционально значимым для современной англоязычной аудитории.

... Homeless thought angrily: 'Just can't let it go, the foreign snob!' (M. Karpelson, 2011 г.); Ср.: *... Bezdimny thought angrily: "Trying to pick an argument, damn foreigner!"* (M. Glenny, 1967 г.); *... Bezdomny thought in irritation, "He's sticking to us like glue, the foreign pest!"* (D. Burgin and K. Tiernan O'Connor, 1995 г.)

Читательскую аудиторию образуют не только единовременный адресат в момент своего обращения к тексту, но и массовый (коллективный) адресат как все потенциальные читатели текста. Предназначенность текста для узкой аудитории (текст–для–посвященных / текст–не–для–всех) и широкой аудитории (текст–для–всех) определяет коммуникативную среду текста, где он находится в режиме «реального времени», поэтому коммуникативная среда становится равной, шире, уже относительно аудитории.

«Расщепление» смысла текста определяется социокультурной ситуацией, а задействованные при ориентации в тексте ассоциативные связи – экстралингвистическими факторами. Приведенный ниже отрывок под заголовком «Из Шекспира» посвящен «Зэкам СССР и России»; его можно рассматривать как псевдоперевод поскольку, с одной стороны, сонетная форма из 14 строк видоизменена до обычного стихотворения из пяти катренов, разделённых между собой пробелами, а, с другой стороны, это «перевод» как вариация на заданную автором тему.

<i>And art made tongue-tied by authority,</i>	<i>Где за ключья бумаги револьвера отмер,</i>
<i>And folly, doctor-like, controlling skill,</i>	<i>Этот мир, где для правды один есть постой –</i>
<i>And simple truth miscall'd simplicity...</i>	<i>Психбольница, дурдом или лагерный строй...</i>
W. Shakespeare. Sonnet 66	(Перевод В. Юровицкого)

Перевод, несмотря на привнесенные переводчиком личностные смыслы, должен сохранять ту организацию Мира текста, которая не противоречила бы дискурсивным ожиданиям принимающей аудитории. Степень адаптируемости текста относительно принимающей культурной среды, где сосуществуют переводчик-интерпретатор и «его» читатель, определяется текущим моментом текстовой коммуникации.

“ORANGE MARMELADE” L. Carroll. Alice’s Adventures in Wonderland ↔ «Клубничное варенье». Л. Кэрролл. Алиса в Стране Чудес (Перевод В. Набокова)

Если в набоковском переводе книги Л. Кэрролла *orange marmalade* становится привычным *клубничным вареньем*, то допустимыми вариантами также будут *апельсиновый джем* (А.Н. Рождественская, Ал.Ал. Щербаков), экзотичное *апельсиновое варенье* (Н. Демурова, Б. Заходер) или даже «Апельсинный мармелад» (А. Оленича-Гнененко).

Отступления от исходного текста могут быть мотивированы тем, что переводчик стремится определить границы «своей» аудитории. Предназначая переводы английских и шотландских баллад в первую очередь детям, С.Я. Маршак перерабатывал свои ранние переводы в вольные переложения. В перевод баллады «King John and the Abbot», первоначально опубликованный в 1918 году, для последующих публикаций в 1926 и 1936 годах были внесены следующие изменения: четверостишия стали восьмистишиями, убраны пять строф, введено разделение на четыре части и т.д. В балладе «King John and the Abbot» король просит дать ответ на свой вопрос «Now tell me to one penny what I am worth» и в ответ слышит:

«For thirty pence our Saviour was sold,
Amongst the false Jews, as you have been
told,
And tine and twenty's the worth of thee,
For I think thou art one penny worther
than he.»

King John and the Abbot

- Изволь, я скажу, государь-повелитель:
За тридцать лишь пенсов был продан Спа-
ситель,

За милость твою двадцать девять я дам,
На пенс ты дешевле, - ты знаешь и сам.

(Перевод С.Я. Маршака, 1918 г.)

- Господь наш Спаситель, скажу я в ответ,
Был продан евреям за тридцать монет;
За вас двадцать девять назначу примерно:
Одною хоть меньше вы стоите верно.

Король и аббат (Перевод Ф. Миллера)

В многочисленных переизданиях баллады «King John and the Abbot» в переводе С.Я. Маршака, относящихся к советскому периоду, четверостишие получило идеологически выверенное звучание:

Цены я не знаю
Коронам и тронам.
А сколько ты стоишь -
Спроси свою знать,
Которой случалось
Тебя продавать!
(Перевод С.Я. Маршака)

В переводческой деятельности начинают взаимодействовать индивидуальное и социумное. Прослеживается тенденция «пересматривать» переводимый текст, проецируя на него ценности своей группы и / или социума, которые берутся в качестве эталона. Согласно принципу динамической эквивалентности текст перевода должен ориентироваться на нормы и культуру принимающего языка, целевую аудиторию перевода, сохранение эмоциональной и стилистической окрашенности, свойственной оригиналу. Для полного / частичного снятия или уменьшения культурологической дистанции между двумя текстами происходит упрощение исходной национально-культурной окрашенности оригинала, т.е. речь идет не о собственном языковом переводе, а о культурологическом переводе.

Сама подушка сильно помята и отброшена от кровати на два с половиной аршина. А.П. Чехов. Шведская спичка. ↔ *The pillow itself is very much crumpled, and has been flung to a distance of six feet from the bed.* (Translated by David Stuart Davis)

Переводчик может также ориентироваться на целевую аудиторию и ее спецификацию. В данном случае мы можем говорить о появлении нового типа перевода, а именно о лингвоэтническом переводе. Роман «Мастер и Маргарита» М.А. Булгакова переведен шесть раз на английский язык в его британском и американском вариантах. Выбор эквивалентов зависит от аудитории: так, в названии главы 7 «Нехорошая квартира» для британской аудитории присутствует слово *flat* – «The Haunted Flat» (M. Glenny), а для

американской аудитории более привычным оказывается слово *apartment* - «The Evil Apartment» (D. Burkin и K. Tiernan O'Connor).

Степень коррекции и/или адаптации оригинала обусловлена представлениями о жанре, типе ситуации, модельном Мировом тексте, а также о типе аудитории. Замена *пива* на *лимонад* вызвана, возможно, внутренней цензурой (как могут герои детской книги пить на пикнике пиво?), хотя *ginger beer* относится к безалкогольным шипучим напиткам.

'There's cold chicken, inside it,' replied the Rat briefly; 'coldtongutcoldhamcoldbeefpickledherkinsssaladfrenchrollcresssandwichespot tedmeatgingerbeerlemonadesodawater –' K. Graham. *The Wind in the Willows* ↔ – Холодный завтрак, – откликнулся мистер Крыс и затараторил без передышки: – Холодныйязыкхолоднаяветчинахолоднаяговядина, а ещё огуречныйсаладбутербродныйсалатвсякийдругойсалат, ну и там фруктовоимбирныйсодовыйлимонад и ... К. Грэм. Ветер в ивах (Перевод Л. Яхнина)

Если переводчик останавливает свой выбор на стратегии создания адаптивного перевода, то он исходит из типа предполагаемой аудитории и возрастных параметров «своего» читателя. В «Книге Джунглей» / «The Jungle Book» (1894) Р. Киплинга рассказы о мальчике, воспитанном волками, перемежаются стихотворениями и рассказами на другие темы. Н. Дарузес выбрала стратегию сокращенного перевода, оставив только повествование о Маугли. Опубликованные в 2012 году пересказы книги Р. Киплинга, выполненные М. Тричинской и И.С. Чудовской, имеют возрастные ограничения: младший и средний школьный возраст.

Ситуации, когда перевод приводится в соответствие с коммуникативной потребностью, осложняются следующими факторами: 1) этнокультурная детерминированность текстовой коммуникации; 2) специфические национальные и / или конкретно-исторические особенности и традиции, характерные для лингво-культурного социума; 3) смена культурных контекстов со временем; 4) (не)совместимость систем кодов и (не)опознавание культурно-значимой установки, заложенной в оригинале его автором; 5) субъективная интерпретация представленной в оригинале ситуации и степень актуальности как «что–есть–текст–для–меня». Сохранение отношений «текст ↔ коммуникативная ситуация» определяется политической, экономической, культурной и т.д. релевантностью текста в «принимаемом» социуме, т.е. корреляция идёт относительно правил и норм принимающего социума. Правила СВОЕЙ культуры оказываются решающим фактором при выборе стратегий текстопонимания и текстовосприятия.