

Особливості усного та письмового перекладу з німецької мови

У даній статті розглядаються проблеми усного та письмового перекладу. Наведено особливості публічних промов та їх види. Оскільки засоби та методи письмового перекладу значною мірою залежать від типу тексту, у статті розглянуті основні типи тексту та відповідні засоби для їхнього перекладу.

Ключові слова: публічна промова, інформаційно-термінологічний текст, інструкційний текст, інформаційно-експресивний текст, художній текст.

Zastrovskyy O. A. The peculiarities of oral and writing translation from German

The article deals with the problems of oral and writing translation. It is given the peculiarities of public speeches and its kinds. As the means and methods of writing translation depend on the type of text, that's why the main types of text and corresponding means for its translation are analysed in the article.

Key words: public speech, informational-terminological text, instruction text, informational-expressive text, text of fiction.

1. Особливості усного перекладу.

Культура публічної промови сягає своїм корінням в глибину сторічч. Про відомих ораторів античності, таких як Цицерон та Демосфен, ходять легенди. Промовець звертається до багатьох людей для досягнення різних цілей: заявити про свої наміри, закликати до дій, нагадати про забуте, підняти настрої, зробити слухачів жорсткішими чи заспокоїти їх, проінформувати про щось важливе тощо. У будь-якому разі публічна промова має справити враження на присутніх, про що має пам'ятати перекладач.

Залежно від приводу та особливостей аудиторії публічні промови можна умовно поділити на офіційні та промови, що належать до сфери приватного життя. Промови можуть здійснюватися у сімейному колі – за нагоди сімейних свят та пам'ятних подій чи трагічних випадків. Вони можуть бути пов'язаними з міськими подіями – відкриттям нового театру та бібліотеки, завершенням реконструкції старої будівлі, міськими святами. Промови здійснюють державні діячі та відомі письменники, звертаючися до всіх громадян країни.

Аудиторія, для якої призначена промова, привід для її виголошення та особистість оратора впливають на зміст та форму промови. Так, святкові промови за офіційних нагод є найбільш урочисті. Близьким з ними траурним промовам притаманна особлива лексика та високий стильовий реєстр. Промови, що виголошуються у тісному колі, навпаки, можуть містити прикмети розмовної мови та бувають жартівливими.

У промовах, що призначені для спеціалістів, зустрічаються спеціальні мовленнєві звороти та терміни.

Яскрава особистість оратора може надати промові індивідуальний відтінок, і за сучасними нормами перекладу перекладач зобов'язаний його відтворити.

Побудова промови може бути різноманітною. Проте, деякі елементи у ній мають бути обов'язково. Це звертання до аудиторії, короткий вступ, у якому зазначена тема промови, розробка теми, підсумки та закінчення. Досить часто у промовах використовуються цитати – вислови відомих діячів минулого: поетів, письменників, політичних діячів. Цитати бувають також віршованими, що створює особливі труднощі для перекладача.

Публічна промова – один з небагатьох типів тексту у житті сучасної людини, у якому використовується високий стильовий реєстр, високий патетичний стиль, при чому, як правило, без будь-якої іронії. Основою мовленнєвих засобів є усна літературна норма мови з елементами високого стилю. Для публічної промови характерні також образні кліше та фразеологізми. Деякі оратори прикрашають свою промову метафорами, порівняннями. Іноді на фоні літературної норми зустрічаються окремі вирази розмовної мови та діалектизми. Порядок слів у промові часто інвертований, експресивний. Зустрічаються окличні речення та риторичні запитання. Всі ці засоби доповнюють логічну основу промови та допомагають роз'яснити суть думки оратора. Проте головне є те, що вони дозволяють оратору впливати на аудиторію, „завоювати” її увагу та прихильність.

Системною ознакою текста промови є різного роду повторення, лексичні, синтаксичні та ін., серед яких провідне місце займає складний комплекс тавтологічних та варіативних повторень, відомих під назвою *риторичний період*. Роль риторичного періоду – не лише донести до слухачів думку, а й продемонструвати мистецтво промови, ораторську техніку.

Публічні промови іноді вважають нудними текстами, частиною якогось обов'язкового, проте надокучливого ритуалу. Таке враження пов'язане з тим, що оратор не володіє належним чином ораторським мистецтвом. Проте, передусім, варто враховувати те, що публічні промови дійсно є мовним ритуалом, частиною якогось єдиного сценарію, протокольним заходом. Функція промови як частини ритуалу полягає у тому, щоб підкреслити вагомість події, з нагоди якої виголошується промова, гідно „позиціонувати” її. Наприклад, привітальна промова одного з президентів з нагоди зустрічі голів двох держав згідно дипломатичного протоколу не повинна містити якісь нові, програмні заяви чи важливі думки. Тому враження, що оратор говорить ніби „ні про що”, користується загальними фразами, пов'язане саме з ритуальною частиною його промови. Адже призначення такої промови – підтримати статус-кво відносин між державами, і для цього використовуються клішовані, загальноприйняті привітальні формули.

Однією з найпоширеніших помилок починаючого перекладача є невміння настроїтися на високий реєстр промови. Розбірлива дикція, гучний голос, виразна інтонація, пріоритет книжної лексики при виборі слів – це якості промови, на які перекладач повинен звернути увагу.

Наступним важливим завданням при перекладі промови є необхідність передавати, по можливості, усі образні засоби, які застосовує оратор: фразеологізми, метафори, епітети. Їхня заміна за змістом на слова у прямому значенні знижує експресивний градус промови, промова стає безколірною та втрачає силу впливу на аудиторію – адже ця сила будується на емоціях. Зрозуміло, що у реальній ситуації перекладу передати усі ці засоби неможливо, проте принципово важливо передати принаймні частину з них.

Починаючий перекладач, зіткнувшись з риторичним періодом, прагне скоротити повторення, використовуючи прийом компресії. Внаслідок цього втрачається краса промови, її ритмічність, відповідно й знову ж таки ефективність впливу на слухачів. До того ж повторення, що утворюють смисловий надлишок, забезпечують надійність сприйняття, а при компресії ця надійність суттєво знижується.

Варто також зазначити, що оратор завжди намагається ефектно почати та ефектно закінчити свою промову. Тому удвічі важливо бездоганно здійснити переклад початку та закінчення промови, намагаючися зберегти всю вкладену в них експресивність. Невипадково серед усних перекладачів існує байка: головне – перекласти початок та кінець промови, оскільки в середині виступу уся аудиторія спить, а просинається ближче до кінця.

Варто пам'ятати, що професійний перекладач повинен виробити у собі вміння нейтрально відноситися до будь-якого змісту промови оратора, зберігаючи так звану позицію транслятора.

2. Особливості письмового перекладу.

Перш ніж взятися за письмовий переклад, перекладач має з'ясувати особливості тексту, ціль перекладу та реципієнти, джерело тексту оригіналу, конвенції тексту оригіналу та тексту перекладу, види інформації та комунікативне завдання тексту тощо. Засоби та методи залежать значною мірою від типу тексту. Перекладацький аналіз й полягає перш за все у виявленні цього типу, відповідних домінант перекладу та інваріанта.

Будь-який текст містить інформацію різного роду – за змістом та за своїми когнітивними різновидами. К. Бюллер розмежовує *референціальну* (когнітивну), *інструкційну* (апелятивну, оперативну) та *емоційну* (експресивну). Як підвид емоційної інформації виділяють також *естетичну*. Кожен з названих видів інформації характеризується своїми, особливими засобами мовного вираження. Більшість типів тексту володіє досить складною інформаційною структурою та містить декілька видів інформації.

Проте є і тексти, у яких майже виключно домінує один вид (науковий текст, технічний текст, інструкція).

Типи тексту в людській комунікації виникли стихійно. Переважно їх класифікують за складністю перекладу. За цією ознакою тексти можна поділити на чотири основні групи: інформаційно-термінологічні, інструкційні, інформаційно-експресивні та художні.

1) **Інформаційно-термінологічні тексти** – тексти, що збудовані за суворими, досить стабільними правилами, які свідомо виключають вплив індивідуальності автора текста на його особливості. Мова цих текстів заснована на літературній нормі, лексика є однозначною (термінологічна), відсутнє емоційне забарвлення. У таких текстах завжди використовуються спеціальні засоби нейтралізації авторського „я”. У німецькій мові для цього слугують безособові та неозначено-особові конструкції, пасив, фон теперішнього часу, виражений презенсом. Усе це надає змісту текста характер об’єктивного позачасового повідомлення, яке на даний момент претендує на роль абсолютної істини.

До цієї групи відносяться тексти наукові, технічні, анотаційні, навчально-наукові, патентні, офіційний діловий лист, енциклопедична словникова стаття та ін.

2) **Інструкційні тексти** – тексти, що також побудовані за суворими правилами, позбавлені емоційності, оформлені у рамках писемної літературної норми. Проте, комунікативним завданням таких текстів є не повідомлення об’єктивних відомостей, а розпорядження. Це – тексти інструкцій різних типів, законодавчі тексти. Провідними мовними засобами їхнього оформлення є різноманітні граматичні та лексичні засоби вираження категорії імперативності. Такі тексти простіші за своєю синтаксичною структурою від текстів першої групи. Це пов’язано певним чином з тим, що вони спрямовані на колективного, а не на групового реципієнта, як більшість текстів першої групи.

3) **Інформаційно-експресивні** – тексти, у яких до суворих правил додаються емоційні та емоційно-оцінні компоненти, що слугують різним цілям. Основним фоном в галузі граматики та лексики у таких текстах лишається норма, а кількість відхилень від норми та їхній діапазон залежать від призначення тексту. У таких текстах можливе оформлення повідомлення від першої особи. Проте, варто прийняти до уваги, що у переважній більшості випадків автор висловлюється не особисто від себе, а є представником певної групи людей. Якщо перед нами рекламний текст, то він представляє не конкретну особу, а цілу фірму, якщо текст газетний – це позиція газети тощо. Такі тексти розраховані на масову чи доволі велику аудиторію. Тому, використані у них засоби: оцінні слова, розмовна лексика, експресивний синтаксис, фразеологізми, діалектизми, іншомовні слова тощо мають бути доступними більшості носіїв мови. Своя специфіка притаманна текстам, що призначені для сприйняття певними групами населення – віковими, професійними тощо. Проте, усі ці тексти вкладаються у поняття стандартизованого тексту.

До цього типу відносяться тексти рекламні, рекламно-анотаційні, газетні, журнальні статті, тексти жалобних, шлюбних та інших оголошень, кулінарних рецептів. За своїми ознаками сюди можна віднести й тексти усних офіційних виступів, а також дикторські тексти на радіо та телебаченні.

4) **Художні тексти** – тексти, що цілком залежать від створившого їх автора, та спрямовані на передачу повідомлення від одного індивіда іншому, хоча реципієнтами може бути велика кількість людей. Незважаючи на те, що текст художнього твору публікується і його читають мільйони людей, він розрахований на індивідуального сприйняття.

Інформаційна структура такого тексту складна, проте у ньому домінує естетична інформація, засобами оформлення якої є „відкритий список”, адже кожен автор тексту може його розширити, застосувавши новий, притаманний лише його індивідуальному стилю прийом. Будь-який такий текст потребує кропіткого, багатопланового перекладацького аналізу, що включає рясну

фонову (зовнішню) інформацію, до якої входить вивчення особистості та творчості автора. Враховуються жанрові особливості художнього тексту, від яких також залежить вибір мовних засобів. Бажано також провести пошук текстового аналогу у мові перекладу. Лише після цієї попередньої роботи можливо зробити еквівалентний письмовий переклад.

До цієї групи входять тексти художніх творів, у тому числі поетичні, художня публіцистика.

Проте, яким би не виявився текст, основний принцип підходу до нього лишається постійним: текст недоторканий. Ні його склад, ні його особливості на свій розсуд змінювати неможна, якщо перед перекладачем не стоїть додаткове завдання адаптації, виборки та ін.

Як вже зазначалося, для вибору стратегії письмового перекладу істотне значення має джерело даного тексту: текст анонімний чи авторський. Якщо автора вказано, необхідно з'ясувати – він пише від себе особисто, чи від групи людей (групове джерело), від імені усього мовного колектива (колективне джерело). Адже це впливає на мовні засоби оформлення тексту, ступінь його наближення до літературної норми, роль та об'єм конвенцій (тобто соціально зумовлених правил, традицій оформлення тексту). Крім того, бажано встановити час створення тексту, зв'язок даного тексту зі своїм контекстом, відомості про автора та іншу зовнішню інформацію, що допомагає уточнити спірні питання.

Безумовно, усім попереднім етапам мусить передувати повноцінне розуміння змісту тексту та знайомство з предметною галузю, до якої він належить: економічної, технічної, музикознавчої тощо. Тому, при підготовці до перекладу перекладач має дослідити інші тексти з цієї ж тематики, підібрати довідкову літературу та спеціальні словники.

Лише після цього перекладач починає переклад. У процесі перекладу він визначає в тексті оригіналу одиниці перекладу – найменші семантичні одиниці, що належать перекладу, та шукає їм функціонально еквівалентні відповідники у мові перекладу.

Співвідношення одиниць перекладу різного рівня (рівень морфеми, слова, словосполучення, речення, текста) у письмовому перекладі залежить від типу тексту та його особливостей. Отже, у процесі перекладу перекладач постійно здійснює аналітичний варіативний пошук.

На етапі оформлення перекладу перекладач контролює свої власні рішення та проводить необхідну корекцію, тобто аналізує результати перекладу. Аналіз результатів складається з таких дій: звірка повноти тексту; орфографічна корекція, текстонормативна та стилістична корекція (редагування); корекція друкарських похибок; перевірка повноти втілення стратегії перекладу в отриманому тексті.

Результатом здійснення аналізу та перекладацьких дій має бути еквівалентний тексту оригіналу та адекватний цілі перекладу текст перекладу.

Література

1. Актуальные проблемы преподавания перевода и иностранных языков в лингвистическом вузе. – М., 1996.
2. Алексеева И.С. Письменный перевод. Немецкий язык: Учебник. – СПб.: Изд-во «Союз», 2006. – 368 с.
3. Вісник Сумського держуніверситету: Серія „Філологічні науки”. – Суми: СДУ, 2003. – № 4 (50). – 254 с.
4. Гильченко Н.Л. Практикум по переводу с немецкого на русский. – СПб.: КАРО, 2006. – 368 с.
5. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад. – Л., 1989.
6. Кам'янець В.М. Відтворення німецьких власних назв українською мовою // Іноземна філологія. – Вип. 111. – Л. ЛНУ, 1999. – С. 262–270.
7. Кияк Т.Р., Огуй О.Д., Науменко А.М. Теорія та практика перекладу (німецька мова). Підручник для студентів вищих навчальних закладів. – Вінниця: Нова книга, 2006. – 592 с.
8. Кісель О.Д. Internationale Organisationen. – К.: Демід, 2002. – 92 с.
9. Ковганюк С. Практика перекладу. – Харків: Наука, 1989. – 219 с.
10. Латышев Л.К. Технология перевода. М.: „НВИ-Тезаурус”, 2000.
11. Методологічні проблеми перекладу на сучасному етапі / за ред. С.О. Швачко та ін. – Суми: СумДУ, 1999. – 195 с.

12. Огуй О.Д. Актуальні проблеми німецько-українського перекладу. – Чернівці: Рута, 2004. – 256 с.