

проявляется в использовании фразеологизмов, которые заключают в себе комплекс наивных представлений носителей языка о том или ином эталоне, стереотипе, концепте национальной культуры.

В процессе исследования английского языка делового общения нами отмечены следующие типы фразеологизмов:

– идиоматизмы – *forbidden game* – человек, которого нельзя критиковать, *pay though the nose* – заплатить бешеные деньги;

– терминологические фразеологизмы – *cut corners (a corner)* – срезать угол, идти напролом, действовать незаконно, экономить в ущерб качеству;

– фразеоматизмы – *work to rule* – проводить забастовку путем отказа от сверхурочной работы, *come to terms* – договариваться;

– компаративные фразеологизмы – *as right as ninepence* – совершенно здоров, цел и невредим, все в порядке, *as safe as the Bank of England* – абсолютно надежный, безопасный.

Язык деловой коммуникации не предполагает наличия эмоционально-окрашенной лексики. Принято считать, что язык делового общения буквален, а не метафоричен, что деловые люди, общаясь между собой, не используют идиоматические выражения, фразеологические обороты и другие выразительные средства языка. И, тем не менее, не существует безэмоционального делового общения, активирование эмоции вуалируется идиоматичностью речи. Идиоматичность речи в данном контексте предполагает определённую осложнённую способ выражения содержания – осложнённую не в смысле максимального усложнения языковых форм как таковых, а «концентрированности выражения и сложности понимания» [1, с. 51]. Образность речи субъекта, желающего косвенно выразить свои чувства, заставляет адресата думать логически, больше размышлять, чтобы понять смысл произнесенного. В речи деловых партнеров обнаруживается имплицитная информация, которую оратор часто включает в общеизвестном метафорическом высказывании, либо употребляет национально-специфическую лексику.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Постулаты когнитивной семантики / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. – М. : Наука, 1997.
2. Информационное сообщение «О консультациях в Москве» политических и общественных деятелей – сторонников реформ. Подписано А. Н. Яковлев, Е. Т. Гайдар, П. С. Филиппов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gaidar-arc.ru/databasedocuments/theme/details/3631>.
3. Особенности средств выражения речевого этикета в деловой сфере в английском и русском языках [Электронный ресурс]. – Режим

доступа : [https://studbooks.net/600986/etika\\_i\\_estetika/analiz\\_sredstv\\_vyrazheniya\\_rechevogo\\_etiketa\\_delovoy\\_sfere](https://studbooks.net/600986/etika_i_estetika/analiz_sredstv_vyrazheniya_rechevogo_etiketa_delovoy_sfere).

4. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 26.05.2004 «Послание Президента России Владимира Путина Федеральному Собранию РФ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_47851/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_47851/).
5. Россия сегодня : сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://inosmi.ru/politic/>.
6. Газета.ru : сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.gazeta.ru/politics/vlast/>.
7. Торжественная речь Барака Обамы 5 ноября 2008 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.intelros.ru/subject/discourses/2988-torzhestvennaja-rech-baraka-obamy-5.html>.
8. abcNews : сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://abcnews.go.com/Politics>.
9. Инаугурация 44-го президента США Барака Обамы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [https://ria.ru/obama\\_inauguration\\_30122008/](https://ria.ru/obama_inauguration_30122008/).

*Жиденко Л.А.*

*(ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»,  
Горловка, ДНР)*

### РОЛЬ ЦЕЛИ ПРИ ВЫБОРЕ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРИМЕРЕ КОММУНИКАТИВНО- ФУНКЦИОНАЛЬНОГО И ТЕРЦИАРНОГО ПОДХОДОВ К ПЕРЕВОДУ

Известно, что переводчик, владея основными понятиями переводоведения, в каждом конкретном случае сталкивается с необходимостью выработки правильного подхода к выполняемой работе. Его своеобразное переводческое мышление, как правило, лежит в основе его действий и составляет общую профессиональную переводческую стратегию. Трудность выработки и выбора правильной переводческой стратегии состоит в том, что её невозможно раз и навсегда сформировать путём изучения каких-то правил, либо путём тренировки. Согласно А. Г. Витренко, переводчика и преподавателя переводоведения с большим практическим стажем, «стратегия перевода» перемещает переводческие операции исключительно в плоскость эвристических актов. Действия переводчика носят лишь потенциально осознанный, интуитивный характер [1, с. 10]. Мы считаем, что стратегия переводчика и выбор подхода при решении

конкретных задач, в первую очередь, зависит от определения цели перевода и условий его выполнения. Переводчик должен чётко представлять, для чего и для кого он переводит, какую задачу будет выполнять создаваемый им текст, как и кем этот текст будет использован. Существование зависимости выбираемой переводчиком стратегии перевода от цели, с которой перевод выполняется – является, конечно же, ожидаемым и оправданным явлением, но, тем не менее, не в полной мере исследованным.

В этой связи, среди ряда используемых тактик и стратегий мы выделяем, как наиболее различающиеся по целевому использованию, коммуникативно-функциональный подход, и, обусловленный потребностями современного мира и сложившейся общественно-политической ситуацией, терциарный.

При коммуникативно-функциональном подходе перевод представляет собой неотъемлемую часть межъязыковой и межкультурной коммуникации и является связующим звеном между автором исходного текста и получателями перевода. Следовательно, кроме исходного текста и перевода, неотъемлемыми составляющими коммуникативного акта также являются автор текста, получатель перевода и сам переводчик. Когда речь идёт об общении на двух разных языках, переводчик должен достичь определённой коммуникативной цели, которую ставит перед собой автор оригинала. Для этого ему требуется создать такой текст на языке перевода, который бы одинаково воздействовал на получателей перевода и получателей оригинала. Таким образом, для того, чтобы в процессе коммуникации текст выполнял одну и ту же функцию вне зависимости от того, являются ли все участники коммуникации носителями одного или разных языков, оригинал и перевод должны оказывать на своих получателей одинаковое или максимально близкое воздействие – сообщать им один и тот же объём информации, вызывать одинаковые или, во всяком случае, однотипные эмоциональные реакции, побуждать к одинаковым действиям и т. д.

Стратегия же терциарного перевода базируется на идее М.Я. Цвиллинга о существовании перевода в интересах третьих лиц, суть которого – это не намерения автора, а цель, на которую ориентирован данный перевод. Терциарный перевод не преследует цель обеспечить равенство воздействия со стороны исходного текста и переводного текста на соответствующих получателей. Цель данного перевода состоит в удовлетворении интересов третьих лиц, а не непосредственных коммуникантов. При этом третьи лица преследуют цель, которая может не согласовываться с целью автора исходного сообщения. «Перевод здесь не включен в цепь коммуникации, а является самостоятельной деятельностью по извлечению информации из происходящей между партнёрами коммуникации в

интересах некоего постороннего, не участвующего в коммуникации наблюдателя» [4, с. 83]. Другими словами – цель терциарного перевода не совпадает с целью создания исходного сообщения, в отличие от цели и стратегии перевода при коммуникативно-функциональном подходе.

Для выполнения целей, поставленных инициатором перевода, в каждой из обозначенных ситуаций перевода требуется и особая стратегия. Согласно В.В. Сдобникову стратегия коммуникативно-функционального перевода ставит целью создание текста на переводимом языке, равноценного оригиналу, с точки зрения его потенциальной способности производить аналогичный коммуникативный эффект. «Стратегия терциарного перевода представляет собой общую программу осуществления переводческой деятельности, направленной на создание текста перевода, удовлетворяющего потребности носителя ПЯ, который играет иную коммуникативную роль, нежели участники первичного коммуникативного события в культуре ИЯ, и преследует цель, отличную от цели автора оригинала» [3, с. 170]. В качестве примера можно назвать перевод статей о внутривнутриполитической жизни других государств, перевод речей, обращенных к участникам каких-либо мероприятий, во время трансляции этих мероприятий по радио и телевидению, перевод материалов, создававшихся для внутреннего пользования, но попавших в руки журналистов, и многое другое. Терциарный перевод не преследует цель обеспечить равенство воздействия со стороны исходного текста и переводного текста на соответствующих получателей.

Переводчику при составлении собственной стратегии перевода при работе с определённым текстом необходимо заранее составить шкалу приоритетов, обозначить цели, позволяющие выделить те черты оригинала, которые являются приоритетными. Учёт цели перевода, при выработке необходимой стратегии, является обязательным и в процессе осуществления перевода, и при его оценке, и полностью согласуется с самой сутью коммуникативно-функционального и терциарного подходов к переводу. Суммируя, отметим, что перевод всегда должен быть полезным и адекватным, какие бы не были поставлены цели, и в каких бы коммуникативных ситуациях он не использовался.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Витренко А. Г. О «стратегии перевода» / А. Г. Витренко // Вестник МГЛУ. – 2012. – Вып. 536: Сопоставительная лингвистика и вопросы перевода. – С. 31-70.
2. Гришаева Л. И. Результат концептуализации сведений о мире как основа для выбора переводческих стратегий / Л. И. Гришаева // Социокультурные проблемы перевода: сб. науч. тр. – Воронеж : ИПЦ ВГУ, 2010. – Вып. 8. – С. 431-446.

3. Сдобников В. В. Стратегия перевода: общее определение / В. В. Сдобников // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2011. – № 1. – С. 16-72.
4. Цвиллинг М. Я. Роль переводчика в акте коммуникации и понятие «терциарного перевода» / М. Я. Цвиллинг // Перевод и коммуникация. Отв. ред. А. Д. Швейцер и др. – М. : ИЯз РАН, 2010. – С. 16-22.

*Загоровский А.Г.*

*(ГОУ ВПО «Горловский институт иностранных языков»,  
Горловка, ДНР)*

### **ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ ДЕТЕЙ И ПРОБЛЕМЫ ЕЁ ПЕРЕВОДА**

Детская литература, как тип литературы, складывалась на протяжении веков. Возникновение такой литературы было вызвано уже сформировавшимися на определённом историческом этапе общественными потребностями, выделением процесса образования и воспитания подрастающих поколений в определённую самостоятельную сферу человеческой деятельности, созданием в сознании общества целостного представления о явлении детства как особом периоде в жизни человека, в котором ребёнок проходит планомерную социализацию.

Параметры, которые отличают детскую литературу от общепринятых литературных условностей, ещё не определены в деталях. Отдельные критики не выводят детскую литературу в отдельную секцию, а выделяют её общие художественные характеристики. Другие отводят ей место среди массовой литературы, учитывая её низкий, по субъективному мнению некоторых, художественный уровень. Мнение первых шатко при проверке личным опытом читателей, способных найти разницу между детскими и недетскими текстами. Мнение вторых опровергается устоявшейся позицией многих авторов и литературоведов, которые, по обыкновению, считают детскую литературу несколько более замысловатым видом творчества [2]. Наиболее объективным критерием вычленения детской литературы можно считать категорию читателя-ребёнка. Таким образом, детская литература есть одно из социокультурных явлений, сопровождающих развитие в обществе детской субкультуры.

Основными типами литературы для детей являются: художественная, научно-популярная, учебная, политико-воспитательная и справочная. Говоря о разновидностях детской книги, необходимо помнить, что помимо сложной видовой она имеет

и разнородную возрастную систему: собственно детская (книги для дошкольников – от 1 до 6 лет, младших школьников – от 7 до 10 лет), книги для подростков (средний школьный возраст – от 11 до 13 лет) и юношеская (старший школьный возраст – от 14 до 16 лет). В зависимости от возраста читателя детская книга становится похожей на взрослую, постепенно сближаясь с последней и по характеру литературного и изобразительного текста, и по форме содержания.

Жанровое многообразие детской художественной литературы изучено достаточно подробно, при этом большинство исследователей сходятся во мнении, что литература для самых маленьких более ординарна, в ней преобладают лирический рассказ и сказка. Литература для детей среднего и старшего возраста отличается проблемно-тематическим и жанровым разнообразием. В выборе и толкования «взрослых» литературных жанров неотъемлемо проявляется своеобразие литературы для детей, её прямая воспитательная направленность, функциональное многообразие.

Одной из самых главных особенностей перевода литературы для детей является не только необходимость передать смысл произведения, но и сохранить эмоциональную окраску, учитывая его интересную игру слов, использовать средства художественной выразительности на переводящем языке. Поэтому прежде чем взяться за перевод произведения детской литературы, переводчик должен совершенно точно определить для себя стиль данного автора, систему его образов и ритмику, ведь главная задача художественного перевода состоит в порождении на языке перевода речевого произведения, оказывающего аналогичное художественно-эстетическое воздействие.

Несмотря на обилие работ, посвящённых общим проблемам перевода художественного текста, изучение особенностей перевода произведений для детей как особого жанра в мировой литературе является перспективной сферой деятельности переводоведов. Главное условие качественного перевода детской литературы – передавая смысл произведения, сохранить эмоциональность, национальный колорит и игру слов, используя адекватные средства художественной выразительности на языке перевода. Переводчику важно сохранить образность произведения в целом, учитывать жанрово-стилистические особенности, передать эмоциональный компонент, отыскивая в языке перевода нужные экспрессивно-окрашенные средства и достигая, таким образом, эстетического эффекта, который, в свою очередь, является средством воспитания детей.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.