

ПРОБЛЕМИ ХУДОЖНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ В КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ КОМУНІКАЦІЇ

Т.О. Пахомова

Будь-який переклад відображає властивості комунікативного процесу, оскільки він завжди створюється у певному контексті для певного адресату, виходячи із поставлених автором цілей, з урахуванням особливостей каналу передачі і зворотного зв'язку. Будучи однією із можливих модифікацій комунікації, художній переклад, поряд із специфікою, пов'язаною з референтом, відображає загальні закономірності цього процесу. Зокрема, вони проявляються в структурі, порядку функціонування, складі компонентів комунікативної моделі.

Класичний варіант – модель, запропонована Р.Якобсоном [1,198], у якій визначено шість основних факторів, що визначають мовну комунікацію: адресант, контакт, код, контекст, повідомлення, адресат. У сучасній комунікології розробляються варіанти цієї моделі стосовно різних видів комунікації. Так, психологічний акцент виявляється в такій структурі: адресант, контакт, референт, код, адресат [2,13]. У масовій комунікації найбільш загальні блоки представлено в термінології: джерело, кодування, контекст, канал, декодування, зворотна реакція, адресат [3,124]. Під час поєднання з інтересами контент-аналізу ця модель виглядає дещо по-іншому: джерело, процес кодування, повідомлення, процес декодування, зворотна реакція, отримувач [4,232]. Практично кожний напрям комунікології пропонує свій варіант комунікативної моделі, орієнтованої на специфіку об'єкту дослідження. Художній переклад як один з різновидів комунікації будується з урахуванням як загальних закономірностей цього процесу, так і його особливостей.

Говорити сьогодні про існування єдиної комунікативної моделі, яка використовується в теорії художнього перекладу, навряд чи можливо. Певною мірою застосовуються всі існуючі варіанти. Такі компоненти, як адресант, адресат, код є загальноживаними і для теорії комунікації, і для теорії перекладу. Відповідно можна говорити і про достатньо високий рівень їх дослідженості. Однак даний висновок поширюється далеко не на всі блоки перекладацького комунікативного процесу. Це пов'язано перш за все з необхідністю так званого «подвійного» кодування і розкодування, що здійснюють такі учасники процесу, як перекладач і читач.

Складність вирішення проблеми визначається тим, що в теорії перекладу немає єдиної думки з приводу шести протиставлених–протилежних вимог до перекладу, які вже стали класичними: переклад має передавати слова першотвору чи передавати думки першотвору; переклад має читатися як оригінал чи як переклад; переклад має відтворювати стиль оригіналу чи відтворювати стиль перекладача; переклад має читатися як твір, сучасний оригіналові чи сучасний перекладачеві; переклад може мати додатки й пропуски чи не повинен мати додатків і пропусків; поезію слід перекладати прозою чи слід перекладати прозою у віршованій формі[5, 13-16]. Інтерес до цих проблем протягом кількох останніх десятиліть не згасає, з ними пов'язується можливість визначення кардинального вирішення принципово важливих для теорії перекладу питань. І є підстави вважати, що саме комунікологія може зіграти вирішальну роль у цьому відношенні.

Зокрема, семіотична модель, розроблена Ю.Лотманом, дає можливість застосувати абстрактні висновки Р.Якобсона до вирішення питань «подвійного» кодування і розкодування в перекладі. Ю.Лотману належить висновок про те, комунікація сама по собі – це переклад тексту з мови мого «я» на мову твого «ти». Насправді у того, хто говорить, і у того, хто слухає, не може бути абсолютно однакових кодів. При цілковитій подібності кодів того, хто говорить, і того, хто слухає, потреба в комунікації зникає взагалі. Комунікація спочатку вимагає нееквівалентності того, хто говорить, і того, хто слухає. Ю.Лотману належить надзвичайно важлива для теорії перекладу ідея про дві комунікативні моделі: «Я-ВН» і «Я-Я». Останній випадок він називає автокомунікацією. У її рамках повідомлення набуває нового смислу, оскільки вводиться другий доданий код і повідомлення перекодується, тобто тут закладено можливості для вирішення проблеми «подвійного» кодування і перекодування. Якщо взяти висновки Ю.Лотмана в якості теоретичної бази, то вічні проблеми теорії перекладу можуть виявитися не такими вже і невирішеними. Показово, що класична комунікативна модель стосовно автокомунікації подана у Ю.Лотмана вже у новій термінології, що переводить елементарну передачу повідомлень на рівень перебудови особистості, тобто мети, яку переслідує процес сприйняття художньої літератури: Я, контекст, повідомлення 1, код 1, зсув контексту, повідомлення 2, код 2, Я' [6,26].

Якщо взяти це положення в якості базисного, то проблема перекладати слова, чи перекладати думки; відтворювати стиль оригіналу чи стиль перекладу – відпадає сама собою. Як результат виникає не просто комунікація, а комунікативна взаємодія: «Хемінгуей існував не для читання. Важливі були форми сприйняття життя, вибудовані письменником. Формам можна було наслідувати. У них можна було влити свій контекст. 60-і не просто реабілітували колись забороненого Хемінгуея. Вони переклали російською мовою не стільки його книги, скільки стиль його життя. При цьому з письменником розпоряджалися з тим свавіллям, котре може виправдати лише любов» [7,86].

Категорія контакту порівняно нова для комунікології категорія. І не тому, що раніше ця категорія не була відома, а тому, що контакт довгий час не був предметом дослідження. Стосовно сприйняття художнього твору мова йшла про духовну взаємодію, зіткнення душ, але більше на інтуїтивному рівні. Контакт вивчався нібито в «комплекті» з іншими компонентами комунікативного акту, а тому мало не до середини двадцятого століття про теорію контакту не могло бути і мови. Цілковито природно, що в теорії перекладу ця категорія взагалі не фігурувала. Навіть сьогодні не можна стверджувати, що теорія контакту вже склалася. Однак сучасна наука зробила в даному напрямку досить багато, принаймні, для того, щоб контакт увійшов до числа компонентів комунікативного акту на рівних правах з іншими його компонентами. Перш ніж розглядати особливості контакту, який забезпечується перекладачем між автором і читачем, необхідно вяснити, чи завжди можна засвідчити стан контакту між комунікантами, які здійснюють комунікативний акт.

У комунікативному кодексі перекладача так само, як автора твору, значимі два основні критерії – критерій істинності і критерій ширості. Перший- як вірність дійсності, другий – як вірність собі. Комунікативний намір призводить перекладача до потрібної комунікативної мети, якщо буде витримано обидва критерії. Це означає, що художні образи, репрезентовані ним, як мінімум, не переколючено. Що стосується критерію ширості, то він витримується тоді, коли художні образи твору, репрезентовані перекладачем, насправді відображають не лише авторське відношення до дійсності, але і відношення самого перекладача.

В ідеалі так і повинна виглядати художня взаємодія, що припускає контакт. Навпаки, ігнорування критеріїв комунікативного кодексу створить небезпеку для контакту, а значить, і для комунікативного акту в цілому.

Проблема організації контакту природним чином пов'язана з проблемою кодування і декодування. У сприйнятті художнього твору в перекладі головним стає питання спільності коду для того, хто передає інформацію, і для того, хто цією інформацією користується.

З одного боку, якщо автор і читач є носіями однієї і тієї ж національної мови, то це ще не гарантія того, що вони користуються однією і тією ж кодовою системою і між ними буде досягнуто комунікативної взаємодії. І з іншого боку, автор і читач можуть бути носіями різних національних мов, але володіти однією і тією ж системою кодів комунікативної взаємодії. Кожна із цих двох ситуацій вимагає від перекладача принципово різних перекладацьких тактик і стратегій.

Загальноприйнято, що процес художнього кодування / декодування тексту, що перекладається, складається із трьох етапів:

- 1) кодування, здійснене автором;
- 2) декодування й перекодування, виконане перекладачем;
- 3) остаточне декодування, здійснене читачем.

На другому етапі перекладач здійснює комунікативні процедури і авторські, і читацькі. Саме на цьому етапі постає питання про межі перекладацької компетенції, про те, наскільки він може і повинен бути автором твору. Крім того, знову-таки проблематична участь читацького сприйняття перекладача в процесі і результаті перекладу. Ці питання можуть бути вирішеними, якщо в якості методологічної основи використати висновки сучасної комунікології.

Дослідження художньої літератури як способу кодування і декодування є надзвичайно продуктивним аспектом у перекладознавстві. В принципі- на інтуїтивному рівні- будь-який читач (незалежно від стадії свого розвитку: наївний реаліст, егоцентрист, зрілий читач) володіє знаннями того, як «запаковується» і «розпаковується» художня інформація. Під час читання одних творів умінь цього плану йому може бути достатньо. А під час читання інших – читач може бути абсолютно безпорадним, якщо у нього немає коду/ключа, щоб відчинити двері саме в цей художній світ. В останньому випадку виникає цікава ситуація. Припустимо, читач не володіє кодом і не може сприйняти твір. Перекладач, здійснивши переклад, провів певну роботу з розкодування як читач і тим самим озброїв читача перекладу відповідним ключем. Таким чином, контакт між автором твору і читачем все-таки відбудеться завдяки посередництву перекладача. Причому, не кожен переклад цю функцію може виконати, все залежить від вирішення проблеми художнього коду. Показовим у цьому відношенні є досвід В.Набокова, який писав свої твори двома мовами – російською і англійською. Йому одному з перших вдалося на практиці продемонструвати варіанти художнього кодування/декодування одного і того ж самого матеріалу.

Якщо адресат, адресант, коди в теорії комунікації є достатньо дослідженими компонентами, що можна поширити і на теорію перекладу, то інші блоки розроблено або недостатньо, або знаходяться на стадії постановки проблеми. Наприклад, проблема референта в структурі комунікативного акту взагалі і в структурі перекладацького комунікативного акту зокрема починає розроблятися.

У художньому перекладі референтом є художній образ зі всіма наслідками організації комунікативного акту між автором і читачем при посередництві перекладача. Пересування цього специфічного референта у структурі комунікативного акту при всій його специфічності визначається загальними правилами транспорту референта.

Основними із цих правил є такі: правило фокуса, правило стереоскопії, правило панорами, правило унітарності, правило ізоморфізму, правило фіксування референта. Реалізація кожного з них стосовно художнього образу, відбитого через перекладацьку інтерпретацію, забезпечує те, що називається духовним контактом між автором художнього твору і читачем, що, власне, і є метою художньої комунікації.

Дотримання цих правил, їх порушення, комплексне їх використання або одичичне застосування визначає не лише загальну комунікативну стратегію, але і перекладацьку. При всій новизні цього підходу, що ґрунтується на переносі комунікативних правил на перекладацькі, ця думка має глибокі історичні корені. Достатньо згадати зауваження Ф. Шлейермахера про перекладачів художніх творів як «творців деяких предметів», у яких просвічується сучасна ідея референтності. В.Гумбольдт, трактуючи переклад як один із видів комунікації, розглядає його як процес, що складається із сприйняття, розуміння і реконструкції, тобто цілком комунікативних явищ, які не можуть не підкорятися відповідним правилам.

Правило фокуса під час транспорту художнього образу як референта має першочергове значення. У відповідності до нього референта постійно слід тримати в фокусі уваги, що очевидно для автора і важливо для перекладача. Таке поняття, як референтне середовище, являє собою активне смислове поле, в якому все, що розглядається, набуває відповідного референту «заряду». Це значить, що комунікатор (автор твору, перекладач, читач) автоматично прив'язує до референта будь-яку деталь, образ, висловлення, що знову виникли. Він справедливо вважає, що в комунікативному художньому акті вірогідність появи моментів, які не мають зв'язку з референтом, мізерно мала. Навіть якщо виникає ситуація, в якій важко відразу встановити зв'язок, то момент, що знову виник і місце якого ще не зайнято, нібито відкладається в пам'яті до тих пір, поки зв'язок з

референтом все-таки не буде знайдено. Це саме і є та метафорична гвинтівка А.П.Чехова, котра в першому акті присутня, а в останньому стріляє. Порушення правила фокуса під час перекладу неминуче призводить до непродуктивних комунікативних ходів: фокус зміщується, і референт безслідно зникає для читача.

Якщо мова йде про високохудожню літературу, то спроби вичерпати референта в ході будь-якого комунікативного акту марні. Сфокусованість уваги означає лише здатність тримати референта в цілому в полі зору комуніканта. Між іншим, на кожному окремому етапі комунікації розглядаються лише якісь окремі сторони референта. Які з них стають предметом інтерпретації, а які-ні- залежить від характеру комунікативного акту, а також від потреби комунікантів. Однак, які б сторони референта не підлягали сприйняттю і осмисленню в даний момент, не можна упускати із поля зору його інші сторони. Якщо це відбувається, то воно свідчить про погану комунікативну стратегію перекладача.

Безумовно, комунікатор з великим художнім досвідом автоматично дотримується правила стереоскопії: уміння постійно бачити предмет об'ємним, тобто в єдності різних його сторін, час від часу концентруючи увагу то на одній, то на іншій стороні, забезпечує продуктивність в тому, що, слідом за Аристотелем, називається єдністю ознак у складі одного предмету.

Комунікативні стратегії, які наслідують перекладач у процесі дотримання правил стереоскопії, абсолютно не передбачають жорстких уявлень референта з будь-яких певних сторін. Тут існує така важлива для будь-якого комунікативного акту, а тим паче для художнього, проблема умовчання, коли цілий ряд ознак може виявитися до певного моменту за межами комунікативного акту. Можливість при бажанні або при необхідності скористатися цими моментами у читача повинна залишатися відкритою. Перекладачеві взагалі слід дотримуватися дуже великої обережності в тому випадку, коли виникає спокуса встановити занадто жорсткі рамки референту. При видимості дотримання максимальної релевантності результатом подібних комунікативних стратегій є неможливість просуватися до комунікативної мети.

Правило панорами – це правило створення ближнього контексту. Навіть той факт, що референт знаходиться у фокусі, абсолютно не значить, що в поле зору того, хто сприймає саме цей художній твір, не потрапить нічого іншого. Найближче оточення референта помітно менш виразно, однак воно присутнє і обривати ці природні зв'язки референта з відповідною референтною групою безглуздо. Інше питання, що комуніканти повинні справді добре уявляти собі, до якої міри природні зв'язки ними актуалізовані. Багато чого під час виконання правила панорами залежить від того, наскільки легко читач може скористатися панорамним ракурсом, який пропонує перекладач. Адже цілком можливі комунікативні стратегії, коли сприйняття художнього образу є легшим за допомогою далекої аналогії (не -суміжної референтної групи) або за допомогою взагалі навіть не – аналогії.

Правило унітарності передбачає рівноправність комунікантів по відношенню до референта в умовах комунікативного акту. Якщо я як читач запрошений до розуміння художнього твору, то я тим самим забезпечую комунікативному акту можливість відбутися, адже без мене – як другої сторони- комунікативний акт всеодно не відбудеться. Іншими словами, референт вимагає від учасників комунікативного акту унітарності, тобто єдності дій. На жаль, у перекладацькій практиці найчастіше зустрічаються випадки, коли правила унітарності не дотримуюються. І тоді контакт комунікантів набуває характеру фатичного акту, тобто референта просто загублено в ході комунікації.

Правило ізоморфізму стосовно процесу сприйняття художнього твору в перекладі передбачає, що авторський образ, образ, поданий в перекладі, і читацький образ повинні знаходитися у відносинах відповідності один одному. Питання про те, наскільки така відповідність можлива, дуже складне, тому можна виходити із такого очевидного становища: перекладач повинен створити у своєму перекладі умови для того, щоб читацький образ у міру можливостей максимально відповідав авторському.

Навіть під час добре продуманих комунікативних стратегіях розраховувати на постійну автоматичну присутність референта в комунікативному акті все-таки не можна. Практично будь-який комунікативний акт – це живе утворення і, як всіяке живе утворення, не застрахований від метаморфоз. Звичайно, дотримання правила фокуса і грамотне застосування інших правил здатне відвернути підміну референта, але не здатне відвернути референта від повільного переродження. Мутація відбувається, як правило, поступово, у міру просування текстом, що читається. Референт може підмінятися референтом із тієї самої або суміжної референтної групи в результаті некоректного виконання правила панорами. Це, в свою чергу, призводить до порушення правила фокуса: із-за неправильного фокуса панорамування у фокус потрапляє референт, що знаходиться найближче. А це вже призводить до порушення правила фіксування – замість початкового референта фіксується новий, а художній текст сприймається уже не як мета, а лише як засіб комунікації.

Відбиття перекладацьких проблем через призму комунікативних процесів надасть безсумнівну допомогу у вирішенні теоретичних і практичних питань сучасного перекладознавства. Навіть попередній аналіз дозволяє побачити перспективність цього напряму у вирішенні вічних питань, що стоять перед перекладачами художньої літератури.

SUMMARY

The article deals with the problems of literary translation in the context of communication theory. Possibilities of organization of effective translation strategies are examined in accordance with the communicative rules.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика //Структурализм: «за» и «против».- М., 1975.- С. 117-138.

2. Клоев Е.В. Речевая коммуникация: успешность речевого взаимодействия. М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002.- 320 с.
3. Луканина М.В. Газетный текст через призму теории коммуникации // Вестник Московского университета. Серия19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. - М.: МГУ, 2003.- № 2.- С. 123.- 132.
4. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.:Рефл-бук, К.:Ваклер, 2001.- 656 с.
5. Коптілов В. Теорія і практика перекладу: Навч. посібник.- К.: Юніверс, 2002.- 280 с.
6. Лотман Ю. Внутри мыслящих миров. Человек- текст – семиосфера- история. М.:Искусство, 1996.- 184 с.
7. Вайль П., Генис А. 60-е. Мир советского человека. М., 1996.- 173 с.