

УДК 81'25

DOI 10.47388/2072-3490/lunn2023-61-1-116-135

ЧТО ТАКОЕ ПОТРЕБНОСТНООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПЕРЕВОД?

Р. М. Шамилов

Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н. А. Добролюбова, Нижний Новгород, Россия

В статье предпринимается попытка выдвижения и научного обоснования потребностноориентированной концепции перевода, претендующей на то, чтобы своим учением предложить наиболее адекватное описание закономерностей функционирования переводческой деятельности в актуальных условиях рыночной экономической системы, сложившейся в нашей стране с начала 90-х годов прошлого столетия. В основе концепции, опирающейся в том числе на некоторые бесспорные для построения ее теоретической базы достижения предшествующих теорий отечественного (клиентоориентированный перевод, коммуникативно-функциональная теория перевода) и зарубежного (скопос-теория, функциональная теория перевода, теория, ориентированная на потребителя) переводоведения, лежат представление о переводе как об услуге, механизм оказания которой подчиняется абсолютно тем же принципам, что и любая другая услуга (например, услуги индустрии красоты), и прикладное инструментальное назначение перевода. С позиции выдвигаемой концепции формулируется авторское определение перевода, в котором находят отражение все ключевые понятия потребностноориентированного перевода (услуга, инструмент, потребитель, потребность, ожидание, эргономичность, удовлетворённость, языковое оформление). Признание в качестве перевода — прежде всего с точки зрения его восприятия инициатором / потребителем перевода — любого текста, создаваемого на переводящем языке исключительно с опорой на исходный текст с языковым оформлением, наделяющим этот текст способностью обеспечить возможность успешного решения задачи со стороны его инициатора / потребителя и тем самым удовлетворять его потребность и ожидание в отношении конечного результата оказания переводческой услуги, служит основанием для пересмотра традиционного для отечественного переводоведения вопроса разграничения перевода и иных видов языкового посредничества. Делается вывод, что вместо противопоставления перевода иным видам языкового посредничества (адаптивного транскодирования) представляется целесообразным в зависимости от характера потребности и соответствующей установки на перевод от инициатора / потребителя говорить о двух типах перевода: конвенциональном и пекулярном.

Ключевые слова: потребностноориентированный перевод; потребитель; услуга; инструмент; потребность; ожидание; эргономичность; удовлетворенность потребителя; конвенциональный перевод; пекулярный перевод.

Цитирование: Шамилов Р. М. Что такое потребностноориентированный перевод? // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2023. Вып. 1 (61). С. 116–135. DOI: 10.47388/2072-3490/lunn2023-61-1-116-135.

What Is a Needs-Centered Translation?

Raviddin M. Shamilov

N. A. Dobrolyubov Linguistics University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia

The article attempts to propose and provide scientific rationale for a needs-centered theory of translation that lays claim to offering the most adequate description of translation in the current conditions of the market economy that has been developing in Russia since the early 1990s. Acknowledging, among other things, the indisputable theoretical achievements of Russian translation studies in terms of approaches to translation (client-oriented translation, communicative-functional theory of translation) as well as approaches developed by foreign scholars (skopos-theory, functional theory of translation, user-centered translation), the needs-centered translation is based on the assumption that translation should be regarded as a service and thus studied as any other service (e.g. beauty services): in terms of principles according to which it is rendered, on the one hand, and as a tool for solving a specific task provided by the translation initiator and/or user, on the other. The author formulates a definition of needs-centered translation which reflects all of its key aspects (service, tool, user, need, expectation, usability, satisfaction, linguistic composition). If — focusing primarily on the initiator/user's perspective — we recognize as a translation any text, which 1) is created by a translator in the target language, 2) is based solely on the source text, and 3) has the linguistic features that enable the initiator/user to successfully perform the task at hand and, thus, satisfy their expectations from the final result of this particular translation service, then the author of the present study is justified in questioning the distinction between translation as such and other types of linguistic mediation which has been traditional for Russian translation studies. The paper concludes that instead of putting translation in opposition to the so-called other types of linguistic mediation (adaptive transcoding), it seems more appropriate to speak of two different types of translation, defined in terms of the need and the corresponding translation brief of the initiator/user, namely: conventional and peculiar.

Key words: needs-centered translation; user; service; tool; need; expectation; usability; user's satisfaction; conventional translation; peculiar translation.

Citation: Shamilov, Raviddin M. (2023) What Is a Needs-Centered Translation? *LUNN Bulletin*, 1 (61), 116–135. DOI: 10.47388/2072-3490/lunn2023-61-1-116-135.

Admittedly, neither approach to translation is without its problems and deficiencies but they do help us to broaden our field of vision over the translation landscape. They help show that translation does not necessarily need to kowtow to the supremacy of the source text and be subject solely to the myriad relationships between source and target text. Instead, by adopting a more communicative, professionally-orientated stance to translation we should realise that translation is a service (hopefully) by professionals for customers who place their trust in the skills, abilities and motivations of the translators they engage to provide to a service for them.
(Byrne 2006: 254)

1. Введение

Выдвигаемая нами концепция, разговор о которой мы собираемся начать с настоящей статьи, не имеет своей целью опровергнуть уже имеющиеся в отечественном переводоведении концепции, а скорее является еще одной попыткой ответить на извечные вопросы теории, а также практики и дидактики перевода в свете вновь открывшейся для науки о переводе и переводческой профессии реальности после установления в России рыночной экономической системы. Необходимость в разработке собственной концепции перевода, учитывающей, безусловно, определенные, представляющие для нас особый интерес достижения предложенных предшественниками учений и теорий, и в то же время претендующей на роль наиболее адекватной в контексте сформировавшейся на сегодняшний день в нашей стране экономической системы, обусловлена несколькими факторами, связанными непосредственно с нашей профессиональной деятельностью в качестве исследователя перевода, практикующего переводчика и преподавателя перевода.

Во-первых, как можно убедиться на основе анализа трудов (если не считать отдельные работы (например [Сахневич 2009]), по сравнению с зарубежным переводоведением развитие переводоведения отечественного, как это ни странно, до сих пор продолжает идти в русле прежней нерыночной экономической системы, а между тем общество более тридцати лет как живет согласно укладу, при котором практически любая социально детерминированная деятельность, в том числе переводческая, может (и должна) расцениваться как услуга.

Во-вторых, мы вынуждены признать, что несмотря на то, что вобравшая в себя все самые передовые идеи ряда предыдущих теорий (в частности, скопос-теории, функциональной теории перевода) коммуникативно-функциональная концепция перевода, которой мы полностью придерживались до недавних пор (см. [Шамилов 2018]) и некоторые теоретико-методологические положения которой в силу их бесспорности мы разделяем и сегодня, сделала качественный скачок в направлении к описанию перевода как деятельности, ориентированной на удовлетворение потребностей конкретных коммуникантов, инициирующих перевод в той или иной коммуникативной ситуации, в своем учении о стратегиях перевода она оказывается недостаточно убедительной с практической точки зрения и это же учение не находит своего должного применения в дидактике перевода.

В-третьих, мы не можем не принимать во внимание как наш собственный опыт практикующего переводчика, так и личный опыт других практикующих переводчиков. Можно сказать, что в этом смысле мы следуем

по тому же пути, который в свое время избрали основоположники и приверженцы разделяемой нами скопос-теории. Как отмечает Д. Робинсон, «<...> теоретики функциональной теории / теории, ориентированной на действие / скопос-теории вносят свои коррективы в традиционные текстоцентричные учения, изучая собственный практический опыт переводчиков в социальной / профессиональной среде; они исследуют, **чем** на самом деле занимаются они сами и их коллеги, **что** в действительности происходит внутри и вокруг процесса осуществления перевода, и на основании подобных наблюдений строят новые теории. Благодаря учету практического опыта реальных переводчиков в условиях реального осуществления ими своей профессиональной деятельности этот подход стал чрезвычайно привлекательным для многих практикующих переводчиков и студентов, обучающихся переводу» (здесь и далее перевод мой. — *Р. III.*) (Robinson 2012: 156).

Учет личного опыта, на наш взгляд, имеет принципиальное значение в деле уточнения и корректировки теоретических положений в любой науке, имеющей выход в практику, и что более важно — в дидактику, коей, безусловно, является и переводоведение. Дидактический элемент переводоведения как науки вполне себе конкретной в суждениях и лишенной абстракции, по нашему убеждению, должен исходить из принципа «обучаю тому же, что рассказываю в теории и соответствует практике». Следование этому принципу не позволяет нам в нашей научно-педагогической деятельности ограничиться признанием перевода услугой на словах лишь для проформы (чего вероятнее можно было бы ожидать от любого, не занятого в сфере дидактики практикующего переводчика, но впрочем, неизвестно, как бы он поступил, будь у него возможность попробовать себя в качестве преподавателя перевода), а перенос этого неопровержимого факта в теоретико-дидактическую плоскость — как нам иногда доводится слышать в разговоре с коллегами — свести к тому, чтобы сформировать такое же для проформы понимание о переводе и у студентов исключительно в рамках лекционных и семинарских занятий. По нашему мнению, пониманию перевода как услуги должно предаваться научное осмысление, и именно вокруг такого понимания (наряду с представлением о переводе как об инструменте) и будет строиться наша концепция, которую мы решили назвать концепцией потребностноориентированного перевода. Отметим сразу же, что речь будет идти о письменном переводе, но есть основания полагать, что все суждения и выводы по настоящей статье в равной степени могут быть применимы и к устному переводу.

Цель настоящего исследования заключается в разработке основных положений, которые составят теоретическую базу концепции потребност-

ноориентированного перевода и послужат основой для дальнейших исследований в рамках этой концепции.

2. Характеристика материала и методов исследования

Сегодня, в условиях интенсивного развития рыночных отношений в нашей стране с момента установления в ней в начале 90-х годов прошлого столетия капиталистического строя, рискнем предположить, что ни для кого не прозвучит удивительным и странным наше утверждение о том, что перевод — это услуга. Хочется надеяться, что подобное утверждение не вызовет бурю негодования и у тех теоретиков и практиков перевода, которые в своей профессиональной — научной и переводческой — деятельности неизменно придерживаются формулы «перевод — это искусство». Впрочем, даже такое суждение вовсе не идет вразрез с нашим утверждением, а наоборот — непротиворечиво укладывается в общую канву новой рыночной экономической системы, механизмам функционирования которой подчиняется ныне всякая переводческая деятельность независимо от видов перевода, в том числе переводы художественных текстов. Нельзя не упомянуть в этой связи высказывание итальянского переводоведа Б. Озими, который при оценке качества перевода предлагает исходить из представления о переводе как о продукте, получаемом в результате оказания переводческой услуги (*prodotto-servizio*): «Это [предложение рассматривать перевод как продукт] может вызвать недовольство у некоторых переводчиков, которые могут подумать, что я тем самым пытаюсь преуменьшить или минимизировать творческую составляющую их работы или искусства. У меня вовсе нет такого намерения. Результат любого труда, в том числе связанного с искусством, хотим мы того или нет, становится “продуктом”, как только он вовлекается в систему рыночных отношений. На мой взгляд, это обстоятельство должны учитывать и образовательные учреждения, готовящие переводчиков, если они хотят работать согласно социальному контексту, в котором они функционируют» (Osimo 2004: 6).

Нравится нам то или нет, но такова объективная на сегодняшний день реальность, от которой нам никуда не деться и против которой не представляется возможным возразить. Да, собственно, и возражений особых нет, если, конечно, не считать возражением возможное пренебрежение (надеемся несознательное) исследователями в своих работах очевидных вещей. Переводческий рынок (или рынок переводческих услуг), переводческая компания (переводческое агентство, бюро переводов), заказ (или переводческий проект), менеджер проекта, клиент (заказчик), переводчик-фрилансер, системы автоматизации перевода (*CAT-tools*) и др. — вот далеко не полный перечень появившихся за последние тридцать лет и уже успевших стать привычными для всех, кто хоть как-то причастен

профессии переводчика, понятий, подтверждающих справедливость признания перевода услугой.

Анализ многочисленных работ в рамках исследований, в том числе проводимых различными переводческими компаниями, в которых довольно явно прослеживается склонность авторов видеть в переводе услугу, демонстрирует, что применение рыночной призмы побуждает их рассматривать такие вопросы, как актуальное состояние и проблемы переводческого рынка, рациональное использование в переводческой деятельности современных систем машинного перевода, разработка и внедрение в процесс перевода новых систем автоматизации перевода, оптимизация качества оказываемых компаниями переводческих услуг и др. Безусловно, благодаря таким исследованиям наука о переводе пополняется новыми данными, которые могут быть полезны как практикующим переводчикам, так и преподавателям перевода. Но вместе с тем остаются подкрепляемые случаями из переводческой практики и дидактически значимые явления, требующие полноценного теоретического осмысления. Думается, что решению этой задачи как раз таки и должна поспособствовать возможность интерпретации перевода как услуги, или продукта, полученного в результате оказания этой услуги, с одной стороны, и как инструмента, с помощью которого инициатор перевода и / или потребитель будет решать определенную задачу в рамках своей предметной деятельности, с другой стороны. В этом деле нам может помочь обращение к определённым положениям двух подходов, сформировавшихся в отечественном переводоведении, — клиентоориентированного (Сахневич 2009) и коммуникативно-функционального (Сдобников 2015; Шамилов 2018; Петрова 2019) подходов, а также к трудам ряда зарубежных исследователей (Nord 1991; Osimo 2004; Suojanen, Koskinen, Tuominen 2015). Разумеется, как это нередко бывает в науке, при изложении своих воззрений мы будем исходить и из своего личного опыта практикующего переводчика и преподавателя теоретических и практических дисциплин по переводу в высшей школе.

3. Результаты исследования и их обсуждение

3.1. Двухипостасность перевода

3.1.1. Перевод-услуга

Положения двух указанных выше подходов, зародившихся в отечественной транслятологии, позволяют установить двухипостасность перевода. Полного представления об особенностях проявления каждой из двух ипостасей и осознания их роли в постижении специфики осуществления переводческой деятельности в условиях новой реальности можно добиться, если в качестве точки опоры в рассуждениях взять нечто общее, что могло бы объединять клиентоориентированную и коммуникативно-

функциональную концепции перевода. Таким связующим элементом выступает понятие «потребитель перевода», предложенное ввести в понятийный аппарат отечественного переводоведения сторонниками (Сахневич 2009; Шамилов 2015) упомянутых концепций независимо друг от друга. Потребитель, или клиент, как можно догадаться из названия концепции, является ядром клиентоориентированной теории перевода (Сахневич 2009). По мнению С. В. Сахневича, эволюцию перевода следует рассматривать как результат эволюции потребителей перевода. В основе учения лежит мысль о том, что развитие теории перевода обусловлено развитием общества в экономическом плане (Сахневич 2009: 6). Общество в своем экономическом развитии проходит через несколько этапов или, если выразаться словами самого исследователя, предпочитающего использовать маркетинговые понятия, — эры. Параллельно со сменой одной эры другой прежняя переводоведческая парадигма, не способная более соответствовать изменяющимся условиям жизнедеятельности общества, сменяется новой парадигмой, наиболее прогрессивной в своём учении и готовой дать ответы на вопросы, рождающиеся вследствие установления нового общественно-экономического уклада. На каждом этапе развития общества переводческая деятельность характеризуется рядом детерминирующих ход и результат ее осуществления внеязыковых факторов, главный из которых — фактор учета нужд потребителя перевода — обрел наивысшую степень своей значимости в так называемую Эру Маркетинговой Компании, в которой человеческое общество пребывает и по сей день. Эра Маркетинговой Компании, определяемая как «эпоха, когда деятельность человека определяется тем, что нужно потребителю его деятельности» (Сахневич 2009: 5) или время, «когда все усилия компании направлены на удовлетворение нужд и потребностей клиента» (Сахневич 2009: 16), началась на Западе в 1960-е годы XX века, а в России по причине господствовавшей на тот момент совершенно иной экономической системы начало этой эры приходится на вторую половину 80-х годов. Как отмечает С. В. Сахневич, «История перевода в России отличается от той, что имела место на Западе, из-за совершенно другого экономического устройства в период с 1917 года по 1984 год. Из истории экономики совершенно выпали Эра Продаж (1930–1950), Эра Маркетингового Отдела (1950–1960) и значительная часть Эры Маркетинговой Компании (1960–1984). Хотя до революции начиналось все так же, как и на Западе, после революции учитывались нужды в основном одного клиента — государства, которое рассматривало перевод как вид идеологического оружия. После распада Советского Союза характер переводческой деятельности и ситуация на рынке существенно изменились. Для большинства переводчиков оказалось новостью, что они находятся в Эре Маркетинговой Компании, а не в Эре Производства, где

все, что ни производится, то и поглощается одним и тем же типом потребителей: при социализме — государством, на ранних стадиях капитализма — монополиями» (Сахневич 2009: 6).

Важность фактора учета нужд и потребностей потребителя заключается в том, что от него зависит качество перевода и то, насколько удовлетворенным останется от оказанной переводческой услуги потребитель. С точки зрения исследователя, последнее обстоятельство особенно актуально в настоящую эпоху, эпоху развитого капитализма, требующую создания переводов, правильных с точки зрения потребителя, осуществление которых возможно исключительно при условии сбора со стороны переводчика информации о потенциальных потребителях и их вероятной реакции на перевод (Сахневич 2009: 6).

Сбор информации о потребителях перевода, необходимый для принятия правильных переводческих решений при осуществлении клиенториентированного перевода, включает пять этапов: 1) определение проблемы; 2) анализ ситуации; 3) сбор данных, относящихся к проблеме; 4) интерпретация этих данных; и 5) решение проблемы (Сахневич 2009: 23–32). В зависимости от свойственных им характеристик и ожиданий в отношении конечного продукта С. В. Сахневичем предлагается сегментирование рынка на:

- потребителей перевода, ориентированных на скорость;
- потребителей перевода, ориентированных на грамотность;
- потребителей перевода, ориентированных на смысл;
- потребителей перевода, плохо говорящих по-русски;
- учащихся (Сахневич 2009: 35).

Клиентоориентированная теория перевода предлагает теоретико-практическую модель (разумеется, небесспорную, как, впрочем, и в случае с любой другой теорией, положения которой имеют выход в практику и, что более важно, — дидактику перевода) осуществления переводов, способных удовлетворить потребности и нужды соответствующих потребителей, и только одной этой особенностью может представлять определенный интерес для теоретиков и практиков перевода, а также преподавателей перевода. Для нас же особая ценность этой теории заключается в том, что она, как мы убедились в результате краткого обзора ее основных принципов, благодаря междисциплинарности (в частности, апеллирование к данным маркетинговых исследований), лежащей в ее основе, позволяет вполне обоснованно сформировать справедливое представление о переводе как об услуге. Отождествление потребителя и содержащего в себе явно выраженную «рыночность» понятия «клиент» лишь еще больше убеждает нас в том, что в таком смысловом наполнении понятия «потребитель» находит свое проявление первая из двух ипостасей перевода — услуга.

Факт признания перевода услугой можно установить и в недавних трудах представителей нижегородской школы перевода, придерживающихся коммуникативно-функциональной концепции (Петрова 2019; Сдобников 2022). Так, в работе О. В. Петровой можно встретить следующий фрагмент, в котором упоминается личный опыт выполнения перевода на скорую руку (характеризуемого автором как «приемлемый», или *quick and dirty*) по запросу конкретного клиента: «Много лет назад автору этих строк уже приходилось описывать случай из собственного переводческого опыта, когда американский режиссер просил перевести пьесу — “быстренько, не шлифуя диалоги”. Иными словами, начерно. Чтобы он мог оценить, насколько она сценична. Вот если он решит ее ставить, тогда закажет полноценный перевод, на который у переводчика будет достаточно времени и который будет совсем по-другому оплачен. Тогда это показалось очень странным. Сегодня это становится нормой. И против этого трудно возражать. Есть заказчик. У него есть определенные потребности. Он готов платить за продукт, который отвечает его запросам. Лишнего ему не нужно» (Петрова 2019: 74). Пусть в этом фрагменте и не фигурирует слово «услуга», однако само поведение переводчика, сыгравшего по всем правилам рынка услуг (кстати, слово «рынок» вынесено О. В. Петровой в заглавие статьи), и обусловленное, по всей видимости, этим обстоятельством использование при описании опыта соответствующей маркетинговой лексики (заказчик, потребности, запросы, продукт, готов платить) служат основанием полагать, что исследователем признается, что, выполнив такой перевод, она тем самым оказала заказчику услугу. Этот пример, однако, ничего не говорит о личном отношении переводоведа к тому, что «становится нормой» и против чего «трудно возразить».

Между тем личное отношение к тому, что перевод — это услуга, отражено в ответе В. В. Сдобникова на критику в адрес коммуникативно-функциональной теории, высказанную Р. Р. Чайковским (Чайковский 2016). Р. Р. Чайковский сокрушается, что в отечественном переводоведении предпринимаются попытки реанимировать, как он сам выражается, «засохшую ветвь переводоведческой науки» — скопос-теорию, главный недостаток которой исследователь усматривает в том, что во главу угла эта теория ставит желание заказчика «видеть текст в удобоприемлемом для него виде вне зависимости от того, что авторский текст несет в себе», что низводит перевод до положения услуг в сфере обслуживания, подчиняющийся принципу: «Чего изволите?» или «Клиент всегда прав» (Чайковский 2016: 16). В. В. Сдобников реагирует следующим образом: «А что касается низведения перевода “до положения услуги в сфере обслуживания”, то следует согласиться с тем, что перевод — это действительно услуга (под-

час довольно дорогая). Переводчик и вправду оказывает услугу — отдельным лицам, организациям (переводческому агентству, например, или издательству), а иногда и всему обществу, как часто бывает в случае художественного перевода. И не нужно этого стесняться: в конце концов, профессиональный перевод — это деятельность, имеющая довольно высокий статус, по крайней мере, в глазах самих переводчиков, которые вовсе не испытывают комплексов по поводу того, что они занимаются переводом» (Сдобников 2022: 32). Следует отметить, что несмотря на то что буквально всем своим учением коммуникативно-функциональная концепция перевода имплицитно подводит читателя к тому, чтобы тот самостоятельно сформировал у себя представление о переводе как об услуге (такое впечатление сложилось и у нас, что побудило поделиться собственными мыслями на этот счет (Шамилов 2022)), сам В. В. Сдобников проявляет осторожность в употреблении термина «услуга» и практически не использует его, и вышеприведенный ответ на критику является, пожалуй, единственным случаем, когда исследователь продемонстрировал категоричность (в какой-то степени вынужденную), признав наличие у перевода ипостаси услуги.

3.1.2. Перевод-инструмент

Несколько иное значение вкладывается в понятие «потребитель перевода» в рамках коммуникативно-функциональной концепции. Изначально предлагая ввести этот термин в понятийный аппарат отечественного переводоведения (Шамилов 2015), мы, с одной стороны, стремились подобрать соответствие встречающемуся в трудах некоторых зарубежных коллег понятию *user* (см. например [Burne 2006: 14–15]), а с другой стороны, вдохновлялись примером отечественных переводоведов (Ванников 1987; Тороп 1995; Латышев 2005), которые в своих работах уже обращались к понятию «потребитель» и без преувеличения совершили тем самым новаторский шаг в теории перевода, даже если этот шаг так и остался недооцененным большей частью академического сообщества в нашей стране. Обосновывая необходимость в употреблении понятия «потребитель», мы исходили из контекста перевода специальных (нехудожественных) текстов и опирались на определение перевода, сформулированное с позиции коммуникативно-функционального подхода, согласно которому перевод следует рассматривать как речевую деятельность переводчика по созданию текста на переводящем языке с опорой на текст на исходном языке, результат которой выступает в качестве инструмента обеспечения успешной предметной деятельности инициатора перевода и коммуникантов в данной коммуникативной ситуации (Сдобников 2015: 46–47). В абсолютной справедливости указанного определения, а особенно в акцентировании внимания на инструментальную ипостась перевода мы убедились на личном

опыте практикующих переводчиков в области перевода специальных текстов, которые, в отличие от художественных, обладают такой неперменной особенностью, как прикладное назначение, т. е. подразумевают обязательное применение на практике содержащейся в тексте информации, необходимой для того, чтобы, как справедливо отмечает Дж. Бирн, рассуждая о потребителе (*user*) перевода технического текста, «<...> сделать что-нибудь еще, чаще всего — решить задачу, связанную с их повседневной работой» (Byrne 2006: 15). На отказ от использования устоявшихся в отечественном переводоведении аморфных, на наш взгляд, терминов типа «читатель», «получатель», «адресат», «реципиент», «рецептор» нас окончательно сподвигнуло и то, что, как доказывает все та же практика, понятие «потребитель», пусть и в ограниченном масштабе, может применяться и в области художественного перевода. Яркими примерами этому служат, например, случаи перевода стихов песен на иностранный язык для участия в международном песенном конкурсе. Вряд ли кто-то возразит, что исполнители песни — потребители перевода — самим фактом выступления на сцене решают конкретную задачу, а именно исполняют конкурсную песню, а такую возможность они получают благодаря использованию инструмента в виде текста песни на иностранном языке, что в свою очередь выражается в *потреблении* содержащейся в тексте информации.

3.2. Потребностноориентированное определение перевода

Несмотря на отдельное, продиктованное общим идейным замыслом и логическим построением настоящей работы рассмотрение двух проявлений перевода, ипостась-услуга и ипостась-инструмент на самом деле неотделимы и накладываются друг на друга ипостасными характеристиками. *Потребность* — это нужда в чем-либо, в нашем случае — в переводе (продукте, получаемом в результате оказания услуги и выступающем в качестве инструмента для решения определенной профессионально детерминированной задачи), требующая удовлетворения. *Ожидание* — соответствие перевода (продукта — объекта потребности) тем требованиям, которые потенциально могут быть предъявлены инициатором / потребителем перевода к его языковому оформлению в формально-структурном и /или содержательно-смысловом плане в момент инициирования перевода (обращения за оказанием переводческой услуги). Возможное предъявление определенных требований к продукту переводческой услуги обусловлено потребностью в переводе (инструменте), который был бы удобен в решении той задачи, для которой этот продукт создается. Другими словами, как инструмент, перевод должен обладать такими заданными текстовыми характеристиками (в случае, если такая установка в соответствии с потребностью инициатора / потребителя перевода имеется), которые обеспечили бы его удобоприемле-

мость в данной коммуникативной ситуации. Это свойство, которое ожидает от переводчика инициатор / потребитель, в одной из наших работ мы предлагали называть *эргономичностью* (Шапилов, Сдобников 2019: 174). По своей сути, эргономичность — это то же, что в некоторых англоязычных работах (Byrne 2006: 97–100; Suojanen, Koskinen, Tuominen 2015: 3) обозначается термином *usability*, подразумевающим «легкость, с которой потребители смогут использовать продукт для достижения целей; <...> возможность достичь своих целей в соответствии с их ожиданиями и без каких-либо препятствий» (Suojanen, Koskinen, Tuominen 2015: 3). Очевидно, что эргономичность может быть достигнута только при условии полного удовлетворения потребности и ожидания. От эргономичности будет зависеть степень удовлетворенности инициатора / потребителя переводом как услугой и инструментом одновременно. Если руководствоваться принципом, что качество услуги — способность удовлетворения потребностей или ожидания потребителя (Кремнев 2000), то по тому, остался ли инициатор / потребитель перевода удовлетворен продуктом оказанной ему переводческой услуги, можно будет судить о качестве перевода. Разумеется, оценка качества перевода в таком случае обретает, как может показаться кому-то, чрезмерную субъективность, но этот момент никого не должен смущать, поскольку он является вполне естественным, если говорить о переводе как об услуге и признавать справедливым утверждение, прописанное в ГОСТ Р ИСО 9000-2015, что «услуга, как правило, оценивается потребителем на основе его восприятия» (ГОСТ Р ИСО 9000-2015).

Все вышесказанное можно продемонстрировать на примере любой другой деятельности, причислению которой, в отличие от перевода, к сфере услуг не вызовет возражений, пожалуй, ни у кого, в том числе у скептически настроенных переводоведов. Предлагаем экстраполировать наши суждения на деятельность мастеров, занятых в индустрии красоты, или, как еще ее называют, в бьюти-сфере. Выбор этого примера вовсе не случаен и объясняется довольно просто. Дело в том, что именно к деятельности, осуществляемой в салонах красоты, мы уже не первый год обращаемся во время наших лекционных и семинарских занятий по теории перевода, где основной контингент слушающих представлен «визитной карточкой» факультетов лингвистической направленности, — девушками. Представители прекрасного пола составляют основной контингент потребителей благ индустрии красоты, к примеру, услуг, оказываемых парикмахером-стилистом. Каждая девушка подтвердит, что ее поход в салон продиктован необходимостью решения обусловленной жизненной ситуацией конкретной задачи, например, такой, как посещение какого-нибудь мероприятия (выпускной бал, свадьба, театр, концерт, выставка и др.). Понятно, что ре-

шение этой задачи будет зависеть от множества факторов, но, пожалуй, чуть ли не самым важным в этом деле будет определиться девушке с образом (внешним видом) или, как стало модно нынче говорить, *луком* (от англ. *look*). Образ складывается из различных аспектов (одежда, обувь, аксессуар, макияж, маникюр и т. д.), и одним из таких составляющих является прическа. К услугам мастера салона красоты девушка, как правило, обращается с четким осознанием своей потребности в получении прически и ясным представлением о том, как эта прическа должна в итоге выглядеть. Хороший мастер (как и хороший переводчик) не может не учитывать пожелания клиента. Если результат оказания услуги полностью удовлетворяет потребность и соответствует ожиданию клиента в данном конкретном случае, то однозначно можно утверждать, что услуга оказана качественно. Качественно для потребителя этой услуги, разумеется. Но ведь может быть и так, что в восприятии непотребителя услуги, скажем, подруги, прическа может не понравиться. Будет ли такое стороннее суждение о качестве результата оказанной услуги служить серьезным основанием для того, чтобы делать вывод о его низком качестве? Думается, ответ очевиден.

Для придания нашим суждениям еще большей полноценности и законченности предложим потребностноориентированное определение перевода, которым мы будем руководствоваться и в дальнейших исследованиях. В формулировании собственного определения мы будем ориентироваться на представленное в предыдущем разделе определение В. В. Сдобникова, а также близкое к нему по содержанию определение К. Норд: «Перевод — это создание функционального текста на переводящем языке, сохраняющего связь с исходным текстом и обладающего параметрами, которые задаются [инициатором / реципиентом] в соответствии с наделяемой этот текст функцией (скопосом)» (Nord 1991: 28).

Определение перевода с позиции потребностноориентированной концепции звучит следующим образом: **Перевод — это услуга, в результате оказания которой на языке перевода с опорой исключительно на подлинник создается текст (продукт) с заданным языковым оформлением, наделяющим его способностью удовлетворить потребность инициатора и / или потребителя перевода в полном соответствии с его ожиданием в отношении конечного продукта, своей эргономичностью призванного обеспечить инициатора / потребителя возможностью успешного решения конкретной задачи в рамках осуществления его предметной деятельности.**

3.3. Потребностноориентированная типология перевода

Как следует из названия нашей концепции, примарным в ней выступает не цель, с которой будет выполняться перевод (по крайней мере с точ-

ки зрения традиционного подхода к оперированию этим понятием, при котором цель перевода сравнивается с целью создания исходного текста на предмет их совпадения друг с другом, и на этом основании делается вывод о возможности / невозможности равенства коммуникативных эффектов, оказываемых на своих получателей оригиналом и текстом перевода), а сама потребность в переводе. В сервисно-инструментальном измерении перевода в отношениях между потребностью и целью последнее имеет скорее прикладной характер, нежели самостоятельный, поскольку всегда будет определяться через потребность и выражаться формулировкой типа «обеспечить возможность удовлетворения потребности в получении перевода в полном соответствии с ожиданием в отношении этого продукта, выступающего инструментом в решении задачи [с указанием конкретной задачи] в данной коммуникативной ситуации с использованием перевода». Возведение потребности в статус примарного понятия дает нам основание не разделять традиционную в отечественном переводоведении точку зрения на то, что следует считать переводом, а что — относить к иным видам языкового посредничества, или в терминологии В. Н. Комиссарова — адаптивного транскодирования (Комиссаров 1990: 48–50), под которым понимается «вид языкового посредничества, при котором происходит не только транскодирование (перенос) информации с одного языка на другой (что имеет место и при переводе), но и ее преобразование (адаптация) с целью изложить ее в иной форме, определяемой не организацией этой информации в оригинале, а особой задачей межъязыковой коммуникации» (Комиссаров 1990: 48). Как подразумевает сформулированное нами определение, в потребностноориентированной концепции всякий вторичный по своей природе текст, созданный на другом языке с опорой на исходный текст, независимо от его языкового оформления в формально-структурном и/или содержательно-смысловом плане, имеет право именоваться переводом, если его таковым считает инициатор / потребитель перевода, потребность которого в полном соответствии с его ожиданием этот самый вторичный текст призван удовлетворить прежде всего. Потребность в переводе, а, следовательно, и установка на перевод от инициатора / потребителя может быть двух видов: потребность в том, что называется собственно переводом и потребность в переводе особом, отличном от традиционного представления о том, что следует понимать под переводом. Отсюда в рамках теории потребностноориентированного перевода представляется возможным говорить о двух принципиально противоположных типах перевода:

3.3.1. Конвенциональный перевод (от англ. *conventional* — “traditional, ordinary, usual”). Под конвенциональным мы понимаем перевод стандартный, традиционный, привычный в восприятии абсолютно всех, в том

числе неискушенных в переводе людей. Перевод, выполнение которого подразумевается по умолчанию в отсутствие особой потребности и особого ожидания в отношении результата оказания переводческой услуги. Перевод, выполнение которого предполагает «правильную, точную и полную передачу особенностей и содержания подлинника и его языковой формы с учетом всех особенностей структуры, стиля, лексики и грамматики, в сочетании с безукоризненной правильностью языка, на который делается перевод» (Нелюбин 2003: 138). Такой перевод может инициироваться абсолютно всеми инициаторами (автор исходного текста, заказчик, потребитель перевода, переводчик) без исключения. Можно сказать, что в отношении конвенционального перевода справедливо практически все то, что написано на сегодняшний день в рамках различных теорий, разработанных в русле сугубо лингвистического подхода к переводу.

3.3.2. Пекулярный перевод (от англ. *peculiar* — “particular, special”). На мысль о том, чтобы заимствовать для обозначения второго типа перевода соответствующее английское прилагательное, нас навела работа А. И. Новикова и Н. М. Нестеровой, в которой исследователи, вопреки устоявшемуся на тот момент в отечественном переводоведении мнению, реферативный перевод призывают рассматривать не как один из видов адаптивного транскодирования (см. [Комиссаров 1990: 50]), а как *особый* вид перевода (Новиков, Нестерова 1991: 11). Под пекулярным переводом мы подразумеваем всякий перевод, лингвистическое оформление которого в содержательно-смысловом и / или формально-структурном плане будет отличаться от языкового оформления исходного текста, и такое лингвистическое оформление обусловлено особой потребностью и особым ожиданием в отношении перевода. Безусловно, всякий переводчик знает, что перевод редко обходится без содержательно-смысловых и / или формально-структурных модификаций, как, например, модификации, осуществляемые во время прагматической адаптации. Но прагматическая адаптация текстообусловлена в том смысле, что она необходима лишь постольку, поскольку в исходном тексте могут содержаться элементы информации, требующие, как отмечает А. Д. Швейцер, «внесение определенных поправок на социально-культурные, психологические и иные различия между получателями оригинального и переводного текста» (Швейцер 1973: 242) с целью «вызвать у иноязычного получателя реакцию, сходную с той, которую данное сообщение вызывает у тех, кто читает или слышит его в подлиннике» (Там же). Прагматическая адаптация может потребоваться как при осуществлении конвенционального перевода, так и в случае выполнения перевода пекулярного, и ее применение не обязательно детерминировано потребностью или ожиданием инициатора и / или потребителя. В случаях

же осуществления пекулярных переводов различного рода модификации, существенным образом отражающиеся на языковом оформлении текста перевода, детерминируются исключительно соответствующей особой потребностью и особым ожиданием. В отличие от конвенционального перевода, перевод пекулярный иницируется, как правило, потребителями в частном порядке, и реже — заказчиками. Если взглянуть на пекулярный перевод с технологической точки зрения, то можно утверждать, что именно здесь в максимальной степени находит свою актуализацию тот принцип, которым, по справедливому замечанию Э. Пима, должен руководствоваться переводчик при принятии того или иного переводческого решения, а именно: «данное решение для *данного* текста, для *данного* потребителя, для *данного* заказчика, для достижения *данной* цели» (Pym 2016: xiii).

В самом широком смысле с точки зрения оказания переводческой услуги в реальных условиях профессиональной переводческой деятельности к разряду пекулярных переводов можно отнести абсолютно все виды переводов, в том числе переводы *quick and dirty*, которые упоминаются в работе О. В. Петровой (Петрова 2019), переводы, выполняемые в соответствии с нечеткими установками типа «Мне не нужен перевод всего текста, мне важно знать вкратце, о чем идет речь в тексте», «Я хочу знать, что говорится в тексте конкретно по поводу ...» и т. д., переводы, представляющие собой адаптацию исходного текста к восприятию аудиторией, отличающейся от аудитории подлинника не только национально-культурными, но и социальными характеристиками, и даже переводы с незначительными нарушениями узуса и норм переводящего языка, тем не менее в таком качестве удовлетворяющие инициатора / потребителя перевода. В узком же смысле, учитывая дидактическую составляющую, разработка которой в рамках потребностноориентированной концепции запланирована в будущем и которая, безусловно, будет исходить из принципа обеспечения овладения студентами — будущими переводчиками компетенцией нормативно правильного использования переводящего языка, мы будем подразумевать переводы, при обучении которых, аналогично обучению конвенциональному переводу, это правило будет неукоснительно соблюдаться, а именно — выборочный (фрагментарный) перевод, реферативный перевод и филологический перевод.

В заключение нашей работы в целях лучшего усвоения и структурирования читателями передаваемой в статье информации считаем необходимым визуализировать изложенные нами соображения относительно потребностноориентированной концепции перевода в виде схемы, представленной ниже (см. Схему 1).

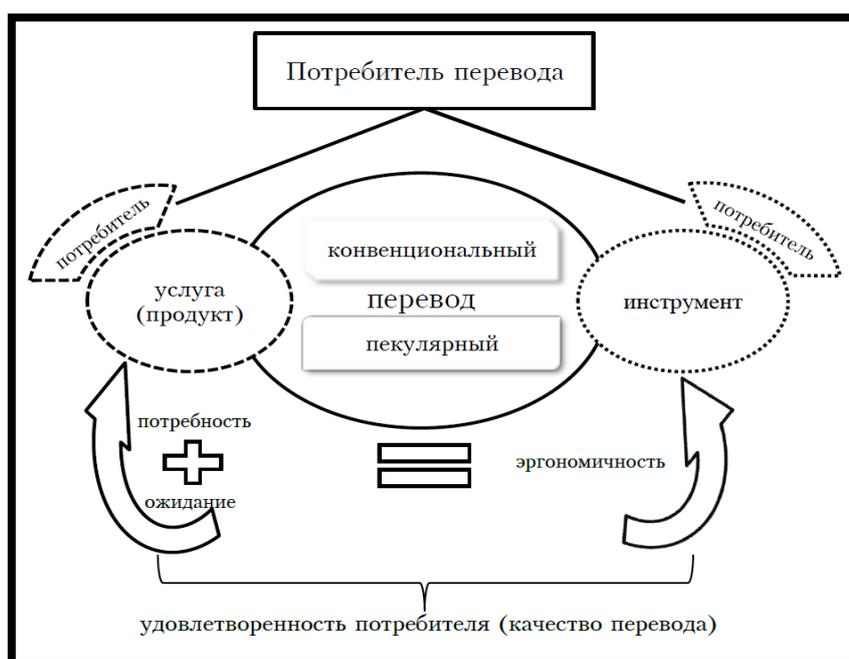


Схема 1. Потребностноориентированная (сервисно-инструментальная) модель перевода

4. Заключение

Перед исследованием стояла цель построения теоретической базы выдвигаемой потребностноориентированной концепции перевода и изложения некоторых из основных ее положений в объеме, который позволяют рамки такой формы научной работы, как статья. Итак, в основе потребностноориентированной теории перевода лежит признание того, что:

1. Перевод является услугой, оказываемой для удовлетворения конкретной потребности инициатора и / или потребителя перевода в полном соответствии с его ожиданием в отношении конечного результата.

2. Перевод имеет прикладной инструментальный характер и всегда служит для решения определенной задачи инициатора и / или потребителя перевода в рамках осуществления его предметной деятельности.

3. Качество перевода, являющегося продуктом оказания переводческой услуги и выступающего в качестве инструмента, определяется степенью удовлетворённости инициатора / потребителя этим продуктом, зависящей от эргономичности перевода как инструмента, которая достигается только при условии полного учета потребности и требований к переводу.

4. Переводом признается абсолютно всякий текст (продукт) независимо от его языкового оформления, созданный исключительно с опорой на исходный текст и способный обеспечивать инициатора / потребителя возможностью успешного решения конкретной задачи в рамках осуществления его предметной деятельности и в таком качестве удовлетворяющий его.

5. С точки зрения характера потребности и ожидания в отношении перевода, непосредственно детерминирующих его языковое оформление, перевод по своим текстовым характеристикам может быть либо конвенциональным, либо пекулярным.

Полученные в ходе исследования результаты служат отправной точкой для продолжения исследований, направленных на разработку потребностноориентированной концепции не только в теоретическом, но и в практическом и дидактическом отношениях.

Список литературы / References

- Ванников Ю. В.* Научно-технический перевод как особый вид деятельности (структура, перспективы исследования и рационализации) // Научно-технический перевод: монография / отв. ред. Ю. Н. Марков. М.: Наука, 1987. С. 31–55. [Vannikov, Yury V. (1987) *Nauchno-tekhichesky perevod kak osobyuy vid deyatel'nosti (struktura, perspektivy issledovaniya i ratsionalizatsii)* (Scientific and Technical Translation as a Peculiar Kind of Activity (Structure, Prospects of Research and Rationalization)). In Markov, Yury N. (ed.) *Nauchno-tekhichesky perevod: monografiya* (Scientific and Technical Translation: Monograph). Moscow: Nauka, 31–55. (In Russian)].
- ГОСТ Р ИСО 9000-2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. М.: Стандартиформ, 2015. [GOST R ISO 9000-2015. (2015) *Sistemy menedzhmenta kachestva. Osnovnyye polozheniya i slovar'* (ISO 9000:2015. Quality Management Systems – Fundamentals and Vocabulary). Moscow: Standartinform. (In Russian)].
- Комиссаров В. Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высшая школа, 1990. [Komissarov, Vilen N. (1990) *Teoriya perevoda (lingvisticheskie aspekty)* (Translation Studies (Linguistic Aspects)). Moscow: Vysshaya shkola. (In Russian)].
- Кремнев Г. Р.* Управление производительностью и качеством. Модуль 5. М.: ИНФРА-М, 2000. [Kremnev, Gennady R. (2000) *Upravlenie proizvoditel'nostyu i kachestvom. Modul' 5* (Productivity and Quality Management. Module 5). Moscow: INFRA-M. (In Russian)].
- Латышев Л. К.* Технология перевода: учеб. пособие для студ. линг. вузов и фак-тов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Академия, 2005. [Latyshev, Lev K. (2005) *Tekhnologiya perevoda: ucheb. posobie dlya stud. ling. vuzov i fak-tov*. 2-e izd., pererab. i dop. (Technology of Translation: a Coursebook for Students of Linguistics Universities and Faculties. 2nd ed., revised and extended). Moscow: Akademiya. (In Russian)].
- Нелюбин Л. Л.* Толковый переводоведческий словарь. 3-е изд., перераб. М.: Флинта: Наука, 2003. [Nelyubin, Lev L. (2003) *Tolkovyyu perevodovedchesky slovar'*. 3-e izd., pererab. (An Explanatory Dictionary of Translation Studies. 3rd ed., revised.). Moscow: Flinta: Nauka. (In Russian)].
- Новиков А. И., Нестерова Н. М.* Реферативный перевод научно-технических текстов. М.: Институт языкознания, 1991. [Novikov, Aleksandr I., & Nesterova, Natalya M. (1991) *Referativnyuy perevod nauchno-tekhicheskikh tekstov* (Gist Translation of Scientific and Technical Texts). Moscow: Institut yazykoznaneya. (In Russian)].
- Петрова О. В.* Теория перевода, теория текста и рынок // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2019.

- Вып. 46. С. 69–78. [Petrova, Olga V. (2019) *Teoriya perevoda, teoriya teksta i rynok* (Translation Theory, Text Linguistics, and Market Requirements). *LUNN Bulletin*, 46, 69–78. (In Russian)].
- Торон П. Тотальный перевод. Тарту: Изд-во Тартусского университета, 1995. [Torop, Peeter. (1995) *Total'nyu perevod* (Total Translation). Tartu: Izd-vo Tartusskogo universiteta. (In Russian)].
- Сахневич С. В. Клиентоориентированный перевод. ЛитРес: Самиздат, 2009. [Sakhnevich, Sergey V. (2009) *Klientoorientirovaniyu perevod* (Client-centered Translation). LitRes: Samizdat. (In Russian)].
- Сдобников В. В. Перевод и коммуникативная ситуация: монография. М.: Флинта: Наука, 2015. [Sdobnikov, Vadim V. (2015) *Perevod i kommunikativnaya situatsiya: monografiya* (Translation and Communicative Situation: Monograph). Moscow: Flinta: Nauka. (In Russian)].
- Сдобников В. В. Стратегии перевода: заблуждения и реальность // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. № 2. С. 27–34. [Sdobnikov, Vadim V. (2022) *Strategii perevoda: zabluzhdeniya i real'nost'* (Translation Strategy: Misperceptions and Reality). *Proceedings of Voronezh State University. Series: Linguistics and Intercultural Communication*, 2, 27–34. (In Russian)].
- Чайковский Р. Р. Свет и тени современного российского переводоведения // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. 2016. № 4. С. 5–25. [Chaikovskiy, Roman R. (2016) *Svet i teni sovremennogo rossiyskogo perevodovedeniya* (Light and Shadows of Modern Translation Studies in Russia). *Vestnik Moskovskogo universiteta. Series 22. Teoriya perevoda*, 4, 5–25. (In Russian)].
- Шамилов Р. М. Типология коммуникативных ситуаций специального перевода // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2015. Вып. 30. С. 66–79. [Shamilov, Raviddin M. (2015) *Tipologiya kommunikativnykh situatsiy spetsial'nogo perevoda* (A Typology of Communicative Situations of Specialized Translation). *LUNN Bulletin*, 30, 66–79. (In Russian)].
- Шамилов Р. М. Структура и алгоритм специального перевода (коммуникативно-функциональный подход). Дис. ... канд. филол. наук. 10.02.20. Нижний Новгород, 2018. [Shamilov, Raviddin M. (2018) *Struktura i algoritm spetsialnogo perevoda (kommunikativno-funktional'ny podkhod)* (Structure and Algorithm of Specialised Translation (Communicative-Functional Approach)). PhD Thesis in Philology. 10.02.20. Nizhny Novgorod. (In Russian)].
- Шамилов Р. М., Сдобников В. В. Коммуникативная ситуация и лингвистическое оформление текста в специальном переводе: содержательно-смысловой аспект // Научный диалог. 2019. № 1. С. 165–177. [Shamilov, Raviddin M., & Sdobnikov, Vadim V. (2019) *Kommunikativnaya situatsiya i lingvisticheskoe oformlenie teksta v spetsial'nom perevode: soderzhatel'no-smyslovoy aspekt* (Communicative Situation and Linguistic Composition of a Target Text in Specialised Translation: Contextual and Conceptual Aspect). *Nauchnyi dialog*, 1, 165–177. (In Russian)].
- Шамилов Р. М. Коммуникативно-функциональная концепция перевода как способ формирования у будущих переводчиков представления о переводе как об услуге // Подготовка переводчиков: анализ систем и подходов в странах мира: Сб. тезисов второй Международной научной конференции (Нижний Новгород, 4–5 де-

- кабря 2021 г.) / отв. ред. Р. М. Шамилов. Н. Новгород: НГЛУ, 2022. С. 26–30. [Shamilov, Raviddin M. (2022) Kommunikativno-funksional'naya kontsepsiya perevoda kak sposob formirovaniya u budushchikh perevodchikov predstavleniya o perevode kak ob usluge (Communicative and Functional Theory of Translation as a Means of Getting the Future Translators Have the Idea of Translation as a Service). In Shamilov, Raviddin M. (ed.) *Podgotovka perevodchikov: analiz sistem i podkhodov v stranakh mira: Sb. tezisov vtoroy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii (Nizhniy Novgorod, 4–5 dekabrya 2021 g.)* (Training Translators and Interpreters: Analysis of the Existing Systems and Approaches in Various Countries of the World: Proceedings of the Second International Scientific Conference (Nizhny Novgorod, December 4–5, 2021). Nizhny Novgorod: NGLU, 26–30. (In Russian)].
- Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика. (Газетно-информационный и военно-публицистический перевод). М.: Воениздат, 1973. [Shveytser, Aleksandr D. (1973) *Perevod i lingvistika (Gazetno-informatsionnyy i voenno-publitsisticheskiy perevod)* (Translation and Linguistics. (Journalistic-Informative and Military-Publicistic Translation)). Moscow: Voenizdat. (In Russian)].
- Byrne, Jody. (2006) *Technical Translation: Usability Strategies for Translating Technical Documentation*. Dordrecht: Springer.
- Nord, Christiane. (1991) *Text Analysis in Translation: Theory, Methodology, and Didactic Application of a Model for Translation-Oriented Text Analysis*. Amsterdam and Atlanta: Rodopi.
- Osimo, Bruno. (2004) *Traduzione e qualità: la valutazione in ambito accademico e professionale*. Milano: Hoepli Editore. (In Italian).
- Pym, Anthony. (2016) *Translation Solutions for Many Language. Histories of a Flawed Dream*. London; New York: Bloomsbury Academic.
- Robinson, Douglas. (2012) *Becoming a Translator: an Introduction to the Theory and Practice of Translation*. 3rd edition. London and New York: Routledge: Taylor and Francis Group.
- Suojanen, Tytti, Koskinen, Kaisa, & Tuominen, Tiina. (2015) *User-Centered Translation (Translation Practices Explained)*. Abingdon, NY: Routledge.