

ВОПРОСЫ ПЕРЕВОДА В РУССКО-ВЕНГЕРСКОЙ ДЕЛОВОЙ ПЕРЕПИСКЕ

Erzsébet Cs. Jonas

Оживляющаяся коммуникация в коммерческой жизни с иностранцами поднимает новые вопросы и задачи в изучении перевода. Переписка – это одна из важнейших сторон бизнеса. Она представляет собой тактический, документированный элемент сделки, который необходимо осуществлять с точки зрения адекватного перевода. Деловая корреспонденция опирается на психологию убеждения, пользуется стилистическими средствами языка с целью воздействия. Деловое письмо, по своей функции, не является ни субъективным, как художественная литература, ни объективным текстом, как технический перевод, стремящийся передать информацию в логическом её представлении. Это особый вид текста, который предполагает знание „грамматики” воздействия данного целевого языка, зависящей от данной культуры, эпохи, от социальных и общественных отношений, от языковой моды и норм и т. д.

Убеждение как непосредственная коммуникация

Описание коммуникативного процесса с точки зрения перевода является очень важным, потому что в зависимости от него выбирается адекватный вариант перевода. Убеждение – это такой ряд действий, который заставляет человека изменять своё мнение, поведение. Но, чтобы не задевать его самолюбия и не вызывать его протеста, необходимо пользоваться только средствами коммуникации. Гоффманн представляет этот широко известный процесс воздействия в общественной коммуникации в виде „фасадной работы” (Goffmann 1990). В нашем поведении цель взглядов и связанные с ними действия партнёр воспринимает как логическую линию (line). Одновременно партнёр хочет показать какой-то „фасад” (face), обычно позитивный образ себя. Для успешной коммуникации и чтобы добиться своих целей, необходимо хорошо знать и уважать этот „фасад”. Взаимное уважение лежит в основе всех поступков,

Slavica tergestina 5 (1997)

которые служат для охраны „фасада”, самолюбия партнёра по коммуникации (Brown – Levinson 1990). При этом мы должны учитывать три социологических условия:

а. социальное расстояние, имеющееся между партнёрами (родственники, друзья, близкие знакомые, знакомые, незнакомые и т. д.);

б. разницу в общественном и служебном положении (коллега, подчинённый, старший, младший, знающий наш язык или нет и т. д.);

в. языковые формы (обращение на „ты”, на „Вы”, обороты вежливости), какой уровень вежливости представляется целесообразным.

Позитивная охрана „фасада” партнёра начинается уже с обращения, когда мы впервые даём знать, чем для нас важна и ценна личность. Венгерские примеры, к которым мы ищем адекватные соответствия по стилю и функции в современной русской деловой корреспонденции взяты из одного новейшего пособия (Dobiné Mónus 1994):

Nagyrabecsült Főorvos Úr! Глубокоуважаемый господин доктор!
Igen tisztelt Asszonyom! Многоуважаемая госпожа!

Охрана положительного образа особенно важна в случае рекламного письма (direct mail). Приведённое ниже письмо такого типа показывает, что адресат его – требовательная, знающая цену деньгам бизнесменка, с высоким уровнем благосостояния. Она – занятой человек, поэтому фирма, предлагая ей свои услуги, хочет облегчить ей заботы о красивом оформлении её сада. В случае получения заказа фирма гарантирует бесплатную поставку и возможность выиграть машину VW Golf красного цвета:

Igen tisztelt Szegediné Úrnő!

Az 1995-ös kerti szezon az Ön számára már elkezdődhet azzal, hogy megtervezi növényeit a kertjébe, a balkonjára, a teraszára, a lakásába. A mellékelt katalógusunk az új termékeinket és azok kedvezményes árait tartalmazza. Ha átnézi a kínálatunkat, megállapítja, hogy a legszebb évelők, balkonvirágok, díszcserjék, gyümölcsfák, bogyósok, növényritkaságok közül válogathat, és rendelhet kedvezményes áron. Nem kell utánajárnia, időt szentelnie a növények beszerzésére, ugyanis cégünk az otthonába (vagy az Ön

által megadott címre) szállítja azokat, a megrendelése szerint, díjtalanul.

Mindezt kockázat nélkül teheti, mert mi garantáljuk Önnek az első osztályú minőséget minden termékünknel, és példás küldőszolgálatunk minden igényt kielégít.

Megrendelésével egyben részt vesz azon a sorsoláson, amelyen megnyerhet egy piros VW Golfot.

Kérem, nézze át a katalógusunkat, és ha valamelyik növény megnyerte a tetszését, rendelje meg nálunk. Használja ki a kedvezményes ajánlatunkat és a nyerési esélyét.

Szívélyes üdvözlettel

A cég neve, címe

Aláírás.

Посмотрим рекламное письмо такого же типа на русском языке, чтобы сравнить средства воздействия в деловой коммуникации двух языков (Деева 1992):

Уважаемая г-жа ... !

Благодарим Вас за Ваш недавний заказ на костюм, который рекламировался в нашем осеннем каталоге.

Этот фасон того цвета, который Вы заказали, оказался очень популярным. К моему глубокому сожалению, мы распродали весь запас товара. Позвольте мне предложить Вам посмотреть прилагаемый проспект новых дополнений к нашему осеннему ассортименту; некоторые из них имеются в выбранном Вами цвете и по той же цене. Фасон, который Вы просили, всё ещё имеется в продаже только тёмно-синего и болотного цвета.

Пожалуйста, отметьте Ваш новый выбор в прилагаемом бланке. С другой стороны, Вы можете потребовать возврата денег, которые будут Вам направлены с обратной почтой.

Dear Miss...

Thank you for your recent order for the suit advertised in our autumn catalogue.

This style, in the colour you requested, has proved to be very popular. I very much regret that we have sold our complete stock.

May I suggest that you look at the enclosed leaflet of new additions to our autumn range, several of which are available in the colour of your choice and at the same price. The style you requested is still available in navy blue and moss green.

Please mark your new selection on the enclosed form. Alternatively you may request a cash refund which will be sent to you by return.

С нетерпением ожидаю от Вас известий.	I look forward to hearing from you.
Искренне Ваш	Yours sincerely

Анализируя языковые средства охраны положительного „фасада” партнёра, мы находим следующие функциональные единицы: благодарность за заказ как знак признания; так как выбранного костюма уже нет, то этот негативный „фасад” смягчается изысканными формами просьбы прощения и предложением нового осеннего ассортимента. Директивное обращение присылать заказ или требовать возврата денег смягчается заканчивающими письмо эмоциональными оборотами: „С нетерпением ожидаю от Вас известий. Искренне Ваш ...”

Пособия предлагают наборы синонимов для выражения повышенной охраны фасада партнёра в ходе переписки (Хавронина 1991):

Уважаемый господин...	Многоуважаемый господин...
Мы были рады получить Ваше письмо от 15. 11. 91 года. Благодарим Вас за интерес, проявленный к нашей фирме.	Мы получили Ваше письмо... Мы с интересом прочитали Ваше письмо от 15. 11. 91 года Нам приятно, что Вы Проявили интерес к нашей фирме.
Надеемся на установление деловых контактов с Вами.	Мы были бы рады иметь возможность сотрудничать с Вами.
В ответ на Ваше письмо сообщаем следующее.	Мы готовы (Наша ассоциация готова) сотрудничать с Вами. В соответствии с Вашей просьбой сообщаем интересующую Вас информацию.
Дополнительно можем сообщить Вам также, что... Заверяем Вас, что Вы можете полностью рассчитывать на нашу помощь.	Что касается Вашего запроса о (...), то ... Мы готовы оказать Вам необходимую помощь.
С уважением...	С глубоким уважением...

Для выражения градуации в венгерском языке в переводе мы показываем одной звёздочкой исходно вежливые соответствия, а двумя звёздочками – повышено вежливые соответствия:

*	Tisztelt... Úr! Érdeklődéssel olvastuk... -i levelét. Megtisztelő érdeklődése cégünk iránt. Reméljük, hogy üzleti kapcsolatba kerülhetük Önnel. Válaszolva levelére a következőket közöljük. Készek vagyunk segítségére lenni. Tisztelettel...	** Mélyen tisztelt... Úr! Örömmel fogadtuk... -i levelét. Köszönjük/hálásan köszönjük cégünk iránt megnyilvánuló érdeklődését. Örülénk/örvendenénk a lehetőségnek, ha együttműködhetnénk Önnel. Készek vagyunk az Önnel folytatandó együttműködésre. Kérésének megfelelően a következő, Önt érdeklő információkat tudjuk közölni. Biztosíthatjuk Önt, hogy tökéletesen/ maximálisan/ legmesszebbmenőkig számíthat a segítségünkre. Öszinte tisztelettel/nagyrabecsüléssel...
---	--	--

Коммуникативная эквивалентность в теории перевода

В связи с венгерскими функциональными соответствиями, в связи с представленными выше возможными переводами русских оборотов встаёт вопрос об эквивалентности. Теоретики перевода подчёркивают, что адекватность на целевом языке осуществляется только в том случае, если реализуются одновременно три отношения эквивалентности: это – *референциальное, контекстуальное и функциональное* соответствие (ср. Klaudy 1994: 68-79). *Референциальное* соответствие требует, чтобы текст в целевом и исходном языках описывал тот же самый отрезок действительности, тот же факт, событие, явление и т. д. В коммерческой переписке определённая тематика (сделка) и цель (убеждение) естественным образом выполняют это требование.

Контекстуальное соответствие требует, чтобы предложения в целевом тексте занимали то же самое место, что и в исходном варианте. Исходя из определённой формы, ясной конструкции письма, учитывая клише обращения, выражения благодарности, извинения, предложения, заключающих оборотов, прощаний, контекстуальные соответствия однозначны. *Функциональное* соответствие требует, чтобы целевой текст выполнял ту же самую функцию для читателя, что и исходный текст для носителя исходного языка. Этой функцией может быть передача информации, выражение чувств, предложение или, как в нашем примере рекламного письма, всё это одновременно осуществляет деловое *воздействие*. То, как проявляются функциональные соответствия, зависит от эпохи, общественных, социальных условий. Для показа контраста в стиле сегодняшних и бывших деловых писем, представляем письмо, написанное лет десять тому назад на русском и подобного типа письмо на венгерском языке. В них не уделяется внимание ни охране положительного „фасада”, ни повышенной вежливости как защите негативного образа пишущего (Szódi 1989):

Эмблема	Государственное внешнеторговое предприятие „ТЕХНОИМПЕКС” Будапешт, 62 П. Я. 183 Телеграфный адрес: Техноимпекс Будапешт 15. 03. 87 №23-43546 10. 03. 87 №3365-499
---------	---

В/О „Технопромимпортторг”
М о с к в а
Кузнецкий мост 22.

О поставке тракторов по контракту №344/05-344
Сообщаем, что поставленные Вами по вышеуказанному контракту, в виде пробной партии, 20 тракторов марки СК-84 вполне удовлетворили наших комитентов.
Мы полагаем, что в этом году нам будут нужны 250 тракторов этой же марки.
Просим сообщить, согласны ли Вы заключить с нами договор на это количество тракторов с отгрузкой в течение двух первых кварталов будущего года двумя партиями.
С уважением „Техноимпекс” Варро Б.

Венгерское письмо той же эпохи (Kökény1984):

Villamosági Gépgyár Budapest, 1985. december 19.
Miskolci János Elvtárs Iktatószám: B 965/1985.
igazgató Ügyintézőnk: Kertész Béla

Budapest

Táncsics u. 8. 1222

Tárgy: Munkaverseny értékelése

Kedves Igazgató Elvtárs!

A vállalatunk gyáregységei között meghirdetett munkaverseny eredményesen befejeződött. Ebből az alkalomból ezúton köszöntöm a vállalat vezetőségét, a versenyben résztvevő brigádokat és dolgozókat.

Örömmel értesültem arról, hogy a versenyből valamennyi dolgozó és brigád aktívan kivette részét. A tájékoztató jelentések beszámoltak arról, hogy a dolgozók átértékelték a verseny jelentőségét, munkájukkal bizonyították lelkesedésüket, a munkához való dicséretes viszonyukat. Különösen nagy elismerést érdemelnek a szocialista brigádok dolgozói, akik a kommunista műszakokban végzett munkájukkal nagymértékben hozzájárultak a határidős exporttervek teljesítéséhez.

A vállalatvezetőség nevében elismerésemet és kösznetemet fejezem mi mind a vezetőség, mind a dolgozók jó munkájáért.

Villamosipari Központ

Dr. Monostori Gábor vezérigazgató

Melléklet: oklevelek

Положительное укрепление связей и вежливая компенсация директивной просьбы (негативного „фасада”) не свойственны этим письмам социалистического прошлого. Отсутствуют в них такие обороты – (их считали, наверно, лишними), которые укрепляют чувство принадлежности к общей группе, к общим ценностям отправителя и адресата. Престиж партнёра повышается, даже если мы с прямой просьбой обращаемся к нему в разных формах вежливости. Подобное было чуждо стилю эпохи. Переводчик поэтому должен очень хорошо знать фоновую информацию о действительности, о привычках носителей целевого языка, чтобы адекватно, в соответствии с коммуникативной функцией, передать намерения коммерческих сторон. Это требует от него и теоретических, и технических знаний перевода.

Slavica tergestina 5 (1997)

Изучение эквивалентности важно и в том отношении, что разные языковые формы могут состоять в отношении эквивалентности на основе общей функции. Практическое значение этого вопроса очень важно: интуитивное решение переводческих задач должно дополняться теоретическими знаниями об эквивалентности. Деловая переписка как особый тип коммерческого текста требует билатерального, сопоставительного анализа, изучения поведения, коммуникации, отражающихся в языке взглядов на мир, на ценности жизни в разных культурах.

ЛИТЕРАТУРА

- Деева, Т. М. , Кичатова, Е. В. и Чхиквишвили, Н. А.
1992 *Деловая переписка*, Принди, М. 1992.
- Хавронина, С. А. и соавт.
1991 *Русский язык для деловых людей*, Дельта-ВСП, М. 1991¹.
- Brown, P. , Levinson, S.
1990 *Universáliák a nyelvhasználatban: az udvariasság jelenségei*, in: *A szóbeli befolyásolás alapjai*, szerk. : I. Síklaki, Tankönyvkiadó, Budapest 1990: II: 31-115.
- Dobiné Mónus, E.
1994 *Az eszményi titkárnő kézikönyve*, NOVORG Kiadó Kft. , Budapest 1994.
- Goffmann, E.
1990 *A homlokzatról: a rituális elemek analízise a társas interakcióban*, in: *A szóbeli befolyásolás alapjai*, szerk. : I. Síklaki, Tankönyvkiadó, Budapest 1990: II: 3-30.
- Klaudy, K.
1994 *A fordítás elmélete és gyakorlata*, Scholastica, Budapest 1994.

- Kökény, S.
1984 *Gépirás*, Tankönyvkiadó, Budapest 1984: III.
- Szódi, S.
1989 *Idegen nyelvű levelezés (orosz nyelv)*,
Tankönyvkiadó, Budapest 1989.

ABSTRACT

Business correspondence and the language of administration have become important due to their utility within the framework of training students specializing in foreign languages. Research into translation, which has traditionally studied the fields of literary and technical translation, will have to face new challenges in this regard. Business correspondence following the tactical objectives of the psychology of persuasion realized in a given language culture makes use of the devices of manipulation feasible in the given language. It is no longer a subjective literary text or a piece of writing aiming to be objective and full of professional items of information that counts but, in our view, the linguistic command of the grammar of persuasion. We think that an approach analysing the functional equivalence of translation theory may provide an answer to the problem.