

Типы текстов и особенности перевода

Транслатологическая классификация типов текстов

70

Таблица

Тип текста	Вид информации				Источник			Реципиент			Мера перев. (№ группы)		
	ког.	опер.	эм.	эст.	колл.	групп.	инд.	колл.	групп.	инд.	I	II	III
1. Научный	+	-	-	-	-	+	-	-	+	-	+ / + / +у		
2. Научно-учебный	++	+	+	-	+	++	-	-	+	-	+ / + / +у		
3. Энциклопедический	++	-	+	-	++	+	-	+	-	-	+ / +		
4. Документы	++	+	-	-	+	-	-	+	-	-	+	-	-
5. Объявления	++	+	+	-	+	/ +	/ +	+	/ +	-	+	/ +	-
6. Траурные объявления	+	-	++	-	+	-	-	+	-	-	+	/ +	-
7. Некрологи	+	-	++	-	+	-	-	+	-	-	+	/ +	-
8. Законодательный текст	+	++	+	-	++	+	-	+	-	-	+	-	-
9. Научно-популярный текст	++	-	+	+	++	+	+	+	-	-	+	/ + / +	
10. Искусствоведческий текст	++	-	+	+	+	++	+	+	++	+	+	/ +	-
11. Музыкаловедческий текст	++	-	+	-	+	++	+	+	++	+	+	/ +	-
12. Философский текст	++	-	-	+	+	++	+	+	++	-	+	/ +	-
13. Мемуарный текст	+	-	++	+	++	-	+	++	-	+	+	/ +	-
14. Религиозный текст	+	++	++	-	+	++	-	+	++	-	+	-	-

Источник: И.С. Алексеева Текст и перевод: вопросы теории, 2008

Научный и научно-технические тексты

1. Языковые средства, повышающие уровень плотности когнитивной информации.
2. Термины, совокупность которых в научном тексте представляет собой саморегулируемый лексический аппарат, специализирующийся на передаче когнитивной информации. Термины, как известно, однозначны, лишены эмоциональности и независимы от контекста.
3. Нейтральный лексический фон остальной лексики, которую называют лексикой общенаучного описания.
4. Языковые средства, обеспечивающие объективность подачи когнитивной информации.
5. Преобладание настоящего времени глагола, представляющего собой абсолютное настоящее.
6. Языковые средства, подчеркивающие высокий уровень абстрактности изложения.

Научно-учебный текст

1. Вспомогательные знаковые системы вербального и невербального характера используются здесь очень активно (формулы, схемы, графики).
2. Термины.
3. Объем лексики общенаучного описания составляет основной фон терминов.
4. Языковые средства, обеспечивающие объективность изложения, представлены широко.
5. Количество сложных слов и словообразовательных моделей с абстрактной семантикой значительно по сравнению со многими другими типами текста, но оно меньше, чем в научном тексте.
6. Сложность и разнообразие синтаксических структур меньше, чем в научном тексте.
7. Количество средств формальной когезии несколько меньше, зато выше уровень ассоциативной связности текста.
8. Графические средства логической организации текста отличаются значительно большим разнообразием по сравнению с научным текстом.

Научно-популярный текст

1. Термины. Количество их в научно-популярном тексте ограничено.
2. Плотность информации ниже, чем в предшествующих типах текста. Реже применяются сокращения и скобки.
3. Средства, обеспечивающие объективность изложения: пассивные конструкции, неопределенно-личные и безличные предложения, абсолютное настоящее, неличная семантика подлежащего - используются в научно-популярном тексте в значительно меньшем объеме.
4. Фон нейтральной письменной литературной нормы также представлен, но границы его размыты и отклонения, особенно в сторону разговорного стиля, многочисленны.

Научно-популярный текст

Для того чтобы заинтересовать читателя используются следующие языковые средства:

1. Специальные приемы, создающие эффект сближения автора с читателем.
2. Эмоционально-оценочные средства.
3. Интертекстуализмы - включение в текст цитат из других источников, контрастирующих с научно-популярным текстом по типологическим признакам.
4. Фразеологизмы и образные клише, выполняющие функцию, подобную им функции в СМИ.
5. Столкновение несовместимых языковых средств для создания эффекта неожиданности, иронической окраски или комизма.

Энциклопедический текст

Ведущей в тексте является когнитивная информация. Объективность, абстрактность и логичность ее подачи обеспечиваются уже знакомыми нам средствами: номинативность стиля, пассивные конструкции, наличие безличных и неопределенно-личных предложений, преобладание настоящего времени глагола, использование терминов данной области знаний, фон современной письменной литературной нормы, отсутствие эмоционально-оценочной окраски в лексике и синтаксисе, объективная семантика подлежащего, высокая плотность (компрессивность) информации.

Музыковедческий текст

В музыковедческом тексте содержится когнитивная, эмоциональная и эстетическая информация. Коммуникативная задача - ее передача. Источником текста является специалист-музыковед как представитель своей области знаний (групповой источник), однако в тексте есть отдельные черты, свидетельствующие и об индивидуальном, и о коллективном характере источника. Реципиентами могут быть и специалисты, и неспециалисты.

Искусствоведческий текст

К искусствоведческим текстам мы относим статьи и монографии, посвященные изобразительному искусству и архитектуре, сопроводительные тексты в альбомах репродукций, исключая эссеистику на темы искусства.

Термины, изобретенные данным автором (своего рода неологизмы), а также термины, которые в ходу у небольшой группы авторов, исповедующих одинаковые взгляды.

Эстетическая информация представлена столь же большим диапазоном средств.

Философский текст

К этому типу мы причисляем статьи и монографии, посвященные изложению какой-либо философской системы. Традиционно философский текст относят к наиболее сложным типам текста для письменного перевода.

Черты научного и искусствоведческого текста.

Источником философского текста является конкретный автор, выступающий одновременно и как индивидуальность, и как последователь опыта, накопленного его предшественниками и единомышленниками.

Философский текст

Для того чтобы заинтересовать читателя используются следующие языковые средства:

- 1) общепринятые философские термины передаются однозначными эквивалентами;
- 2) термины общенаучного описания передаются вариантными соответствиями с равноправной вариативностью;
- 3) термины, образующие авторскую систему терминов, передаются неологизмами, вариантными соответствиями или лексическими заменами с учетом всей авторской терминологической системы, для исследования которой необходимо изучить содержание, а также собрать фоновую информацию (познакомиться с другими философскими произведениями этого автора, литературой о нем и т. п.).

Документы физических лиц

Паспорт

Водительские права

Свидетельство о рождении

Трудовая книжка

Пенсионное удостоверение

Аттестат зрелости

Зачетная книжка

Пенсионное удостоверение

Диплом об окончании учебного заведения

Документы, удостоверяющие ученую степень

Доверенность на права

Документы юридических лиц

Уставы

Договор поставки

Договор оказания услуг

Договор купли-продажи

Договор аренды

Договора между физическими и юридическими лицами

Документы физических и юридических лиц

1. Все документы, обладающие юридической силой, имеют конвенциональную форму, и когнитивная информация, содержащаяся в них, должна оформляться раз и навсегда установленным образом, согласно строгим конвенциям.

2. Вторым видом информации, которая может присутствовать в текстах документов, является оперативная информация. (глаголы, глагольные конструкции, модальные слова с предписывающей тематикой «имеет право», «обязаны соблюдать»)

3. Обилие канцелярских клише; некоторая архаичность (консервативность) лексики; сложный, громоздкий синтаксис, который, однако, как и в юридическом тексте, ориентирован на максимальную точность и однозначность формулировок; номинативность стиля; преобладание глагольных форм настоящего времени.

Документы физических и юридических лиц

70

Таблица

Тип текста	Вид информации				Источник			Реципиент			Мера перев. (№ группы)				
	ког.	опер.	эм.	эст.	колл.	групп.	инд.	колл.	групп.	инд.	I	II	III		
1. Научный	+	-	-	-	-	+	-	-	+	-	+	/	+	/	+у
2. Научно-учебный	++	+	+	-	+	++	-	-	+	-	+	/	+	/	+у
3. Энциклопедический	++	-	+	-	++	+	-	+	-	-	+	/	+	-	-
4. Документы	++	+	-	-	+	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-
5. Объявления	++	+	+	-	+	/	+	/	+	-	+	/	+	-	-
6. Траурные объявления	+	-	++	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	-
7. Некрологи	+	-	++	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	-
8. Законодательный текст	+	++	+	-	++	+	-	+	-	-	+	-	-	-	-
9. Научно-популярный текст	++	-	+	+	++	+	+	+	-	-	+	/	+	/	+
10. Искусствоведческий текст	++	-	+	+	+	++	+	+	++	+	+	/	+	-	-
11. Музыкаловедческий текст	++	-	+	-	+	++	+	+	++	+	+	/	+	-	-
12. Философский текст	++	-	-	+	+	++	+	+	++	-	+	/	+	-	-
13. Мемуарный текст	+	-	++	+	++	-	+	++	-	+	+	/	+	-	-
14. Религиозный текст	+	++	++	-	+	++	-	+	++	-	+	-	-	-	-



Объявления

Малый объем текста, упрощенный синтаксис, высокая степень компрессивности (при наличии большого числа контекстуальных сокращений), наличие конкретной лексики (т. е. пониженная степень абстрактности), отсутствие специальных терминов, использование глаголов в настоящем времени.

Объявления

70

Таблица

Тип текста	Вид информации				Источник			Реципиент			Мера перев. (№ группы)				
	ког.	опер.	эм.	эст.	колл.	групп.	инд.	колл.	групп.	инд.	I	II	III		
1. Научный	+	-	-	-	-	+	-	-	+	-	+	/	+	/	+у
2. Научно-учебный	++	+	+	-	+	++	-	-	+	-	+	/	+	/	+у
3. Энциклопедический	++	-	+	-	++	+	-	+	-	-	+	/	+	-	-
4. Документы	++	+	-	-	+	-	-	+	-	-	+	-	-	-	-
5. Объявления	++	+	+	-	+	/	+	/	+	-	+	/	+	-	-
6. Траурные объявления	+	-	++	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	-
7. Некрологи	+	-	++	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	-
8. Законодательный текст	+	++	+	-	++	+	-	+	-	-	+	-	-	-	-
9. Научно-популярный текст	++	-	+	+	++	+	+	+	-	-	+	/	+	/	+
10. Искусствоведческий текст	++	-	+	+	+	++	+	+	++	+	+	/	+	-	-
11. Музыкаловедческий текст	++	-	+	-	+	++	+	+	++	+	+	/	+	-	-
12. Философский текст	++	-	-	+	+	++	+	+	++	-	+	/	+	-	-
13. Мемуарный текст	+	-	++	+	++	-	+	++	-	+	+	/	+	-	-
14. Религиозный текст	+	++	++	-	+	++	-	+	++	-	+	-	-	-	-



Газетно-журнальный информационный текст

В глобальном тексте газеты и журнала преобладают тексты, основная цель которых сообщить новые сведения.

Разновидности текстов:

- краткие информационные сообщения (заметки)
- тематические статьи
- объявления разного рода
- интервью
- эссе (аналитическая публицистика)

Газетно-журнальный информационный текст

При переводе прежде всего необходимо выяснить источник. Очень часто статьи публикуются без указания автора или автор представляет позицию редакции, которая может совпадать с позицией, например, какой-либо политической партии или же быть достаточно независимой.

Ведущим признаком газетно-журнального текста является клишированность средств языкового выражения

Реципиенты газетно-журнального текста - широкие массы населения с широкой возрастной, тематической и сословной ориентацией.

Газетно-журнальный информационный текст

Клишированность выражается в устойчивых и очень привычных для читателя информационных блоках языка.

Фразеологизмы – «демографический взрыв», «мрачные прогнозы», «нельзя переоценить», «кризис доверия»

Скрытые цитаты

Модные слова

Газетно-журнальный информационный текст

Образ скрытый за клише, избитыми цитатами и т.д., создает общий фон для эмоционального восприятия информации, но он не мешает воспринимать когнитивную информацию. Это облегчает суммарную оценку события, которую дает корреспондент.

В клише содержится простая оценочная информация «хорошо» или «плохо»

Например:

«безудержная гонка вооружений» (?)

«мастер своего дела» (?)

Газетно-журнальный информационный текст

Все сведения подаются под определенным углом зрения. В любом сообщении можно уловить на чьей стороне автор.

Есть объективно-когнитивная информация :
цифровые данные, имена собственные, названия фирм, организаций и учреждений.

- Скрытые метафоры:
- Слова с оценочной тематикой: «чудовищное преступление»
- Синтаксис, который помогает сформировать ту или иную оценку

Газетно-журнальный информационный текст

Стиль

Сочетание письменной литературной нормы
+ разговорная лексика и устные
синтаксические структуры

Газетно-журнальный информационный текст

Бить баклуши



Маяться дурью



Hang around doing nothing

Idle around

Twiddle thumbs

Газетно-журнальный информационный текст

«С кем поведешься...»



«С кем поведешься, от того и наберешься»



«не плюй в колодец, вылетит не поймаешь»

Газетно-журнальный информационный текст

«С кем поведешься...»



«С кем поведешься, от того и наберешься»



«не плюй в колодец, вылетит не поймаешь»

Is America Still Safe for Democracy?

Why the United States Is in Danger of Backsliding

By Robert Mickey, Steven Levitsky, and Lucan Ahmad Way



The election of [Donald Trump as president](#) of the United States—a man who has praised dictators, encouraged violence among supporters, threatened to jail his rival, and labeled the mainstream media as “the enemy”—has raised fears that [the United States](#) may be heading toward authoritarianism. While predictions of [a descent into fascism](#) are overblown, the Trump presidency could push the United States into a mild form of what we call “competitive authoritarianism”—a system in which meaningful democratic institutions exist yet the government abuses state power to disadvantage its opponents.

But the challenges facing American democracy have been emerging for decades, long before Trump arrived on the scene. Since the 1980s, deepening polarization and the radicalization of the Republican Party have weakened the institutional foundations that have long safeguarded U.S. democracy—making a [Trump](#)

Газетно-журнальный информационный текст

Продолжение

Тип текста	Вид информации				Источник			Реципиент			Мера перев. (№ группы)				
	ког.	опер.	эм.	эст.	колл.	групп.	инд.	колл.	групп.	инд.	I	II	III		
15. Проповедь	+	++	++	-	+	++	-	+	++	-	+	/	+	/	+у
16. Инструкция	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	-
17. Рецепты (кулинарные и др.)	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	-
18. Реклама	+	+	++	+	+	-	-	+	-	-	+	+	+	+	+
19. Художественный текст	-	-	+	++	-	-	+	-	-	+	+	+	+	+	+
20. Беллетристика	-	-	++	+	++	-	+	++	-	+	+	/	+	-	-
21. Публичная речь	+	+	++	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/	+
22. Художественная публицистика	+	-	+	++	+	-	++	+	-	++	+	/	+	/	+
23. Деловое письмо	++	+	+	-	-	++	+	-	++	+	+	/	+	-	-
24. Личное письмо	+	-	++	-	-	-	+	-	-	+	+	/	+	-	-
25. Газетно-журнальный информационный текст	++	-	+	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/	+

Используемые сокращения: ког. – когнитивная информация; опер. – оперативная информация; эм. – эмоциональная информация; эст. – эстетическая информация; колл. – коллективный источник/реципиент; групп. – групповой источник/реципиент; инд. – индивидуальный источник /реципиент (автор); мера перев. – мера переводимости; + – наличие признака; ++ – доминирование признака; – – отсутствие признака; у – устный перевод.

Законодательный текст

1. Когнитивную информацию несут в первую очередь юридические термины.
2. Объективность подачи информации обеспечивается далее преобладанием абсолютного настоящего времени глагола и пассивными конструкциями.
3. Предписывающий характер информации передается с помощью глагольных структур со значением модальности необходимости и модальности возможности.
4. Синтаксис законодательного текста отличается полнотой структур, разнообразием средств, оформляющих логические связи.
5. Доминирующей является оперативная информация.

Религиозный текст

1. Все священные письменные тексты, такие, как Библия, Коран, Талмуд и др., почитаемые в существующих ныне религиях
2. Такой текст несет в себе эмоциональную и оперативную информацию
3. Переводчики неизменно предпочитают так называемый «внеконтекстуальный» перевод

Проповедь

Главной задачей такого текста является наставление, поучение.

Второй важной особенностью проповеди является обязательное использование цитат или скрытых цитат из Священного Писания.

Доминантами перевода текста проповеди являются лексические и синтаксические средства верхней границы письменной литературной нормы, близкой к высокому стилю. Они передаются с помощью вариантных соответствий и трансформаций. Библейские имена и топонимы передаются не транскрипцией, а традиционным эквивалентным соответствием. Цитаты из Библии воспроизводятся по каноническому тексту.

Инструкция

- Потребительская инструкция к товарам (инструкция к телевизору, к велосипеду, к детскому питанию и мн. др.).
- Аннотация к медикаментам.
- Ведомственная инструкция (правила заполнения документов и правила поведения клиентов: таможенная декларация, пожарная инструкция и др.).
- Должностная инструкция (правила поведения работника в данной должности).

Инструкция

- Когнитивная информация
- Оперативная информация
- Канцелярский стиль
- Нет эмоциональной информации, хотя

Рецепты (кулинарные и др.)

Коммуникативным заданием текстов рецептов является предписание определенных действий. *Оперативная* информация здесь абсолютно доминирует и представлена, как и в инструкции, прежде всего формами повелительного наклонения глагола и лексикой с семантикой необходимости или возможности. Эмоциональная информация в текстах рецептов отсутствует. Когнитивная информация представлена в основном существительными конкретной семантики; специальные термины отсутствуют.

Траурное объявление и некролог

- Траурный письменный текст имеет две разновидности - это опубликованный в печатных СМИ некролог и краткое объявление в СМИ о смерти и дате похорон.
- Некролог - ритуальный речевой жанр, а всякий древний ритуал имеет свой мистический смысл и религиозные корни. Почитание умерших и священный трепет перед ними.
- Передаются однозначными соответствиями личные и географические имена, даты, названия организаций
- Используются разнообразные средства высокого стиля

Мемуары

- 1. Даты и другие числовые данные, личные и географические имена, названия организаций отражают объективную реальность и передаются в переводе однозначными эквивалентными соответствиями. Но, поскольку темой мемуаров всегда является прошлое, среди этих языковых единиц часто встречаются устаревшие и переводчику приходится выбирать устаревшее однозначное соответствие, так как языковые средства создания исторического колорита - одна из доминант перевода и модернизация недопустима (так, Кенигсберг нельзя в переводе заменить на Калининград).
- 2. Многочисленные реалии быта и общественной жизни, реалии-меры и реалии-деньги также вполне объективны; среди них тоже бывает много реалий-историзмов. И те и другие также передаются с помощью однозначных соответствий, но модернизация недопустима (замена немецкой рейхсмарки времен фашизма на просто марку будет очевидным искажением; точно так же в мемуарах, повествующих о начале века, немецкое название цветка «ОаНе» будет переводиться как «далия», а не как «георгина»). Реалии-экзотизмы передаются либо с помощью транскрипции, либо с помощью традиционного соответствия (и надо обязательно проверить, нет ли такого соответствия).
- 3. Основным ориентиром в стиле мемуарного повествования безусловно служит письменная литературная норма языка; это сказывается и на выборе лексики, и на характере синтаксических структур.

Мемуары

- в сторону высокого стиля патетический оттенок повествования характерен для мемуаров; при этом используются высокая архаичная лексика, риторические вопросы и восклицания, эмфатический порядок слов;
- в сторону устной речи просторечная и грубо-просторечная лексика, жаргоны, диалектизмы, эллипсис (неполные предложения); в частности, эти средства широко используются при передаче прямой речи упоминаемых лиц;
- средства оформления оценки эмоционально-оценочная лексика, инверсии с актуализацией оценки, назывные оценочные предложения (свойственные тому оттенку внутренней речи, который присущ мемуарному тексту: «И пусть. Все равно мне никогда не забыть, как...»).

Публичная речь

Комплекс средств, оформляющих когнитивную и эмоциональную информацию в публичной речи, обуславливает ее характерные основные черты:

- Речь имеет строгую законченную форму со стройной структурой, имеет традиционный зачин и концовку, оформленные с помощью особых этических формул, причем для разных речей подходят свои формулы. Тем самым реализуется контактная функция данного текста.
- Язык речи в основном нормативен, однако в нем всегда присутствует и эмоциональная информация, для передачи которой используется эмоционально окрашенная лексика: просторечие, высокий стиль, диалектизмы, фразеологизмы, метафоры, сравнения и эпитеты, цитаты и крылатые слова. Часть этих средств в переводе должна быть воспроизведена, иначе речь станет бесцветной и потеряет силу воздействия на аудиторию. Эта сила строится на эмоциях.
- Системным признаком текста речи являются разного рода повторы лексические, синтаксические и т. п., среди которых ведущее место занимает сложный комплекс тавтологических и вариативных повторов разного уровня - риторический период. Именно эта особенность речи при переводе страдает, если переводчик неумеренно пользуется приемом компрессии.
- Большинство ораторов обладают собственным ораторским стилем. Если этот стиль ярко выражен, переводчику придется передавать его основные особенности.
- Публичная речь далеко не всегда заранее подготовлена и не всегда имеет письменный текст в своей основе. Но даже если такой текст есть, оратор нередко, произнося речь, переходит на импровизацию, и переводчик всегда должен быть к этому готов. Особенно пагубно сказывается на качестве перевода эффект неожиданности именно тогда, когда у переводчика в руках заранее полученный текст речи. В импровизированной речи структура всегда гораздо менее строгая, часто встречаются необоснованные повторы, незаконченные или нелогично законченные фразы.

Реклама

- «Агрессивную» яркость рекламы и разнообразие средств ее оформления исследователи связывают не только с ее активной нацеленностью на максимальное число реципиентов.
- Объем когнитивной информации, которую несет реклама, невелик. Это название фирмы, точное наименование товара, его технические характеристики, цена, контактные сведения (телефоны, адреса), обозначение сроков поставки, процент скидки и т. п. Оформляется эта информация с помощью нейтральной однозначной внеконтекстуальной лексики, близкой по характеристикам к терминам, а также с помощью цифр.

Рекламный тест

Продолжение

Тип текста	Вид информации				Источник			Реципиент			Мера перев. (№ группы)				
	ког.	опер.	эм.	эст.	колл.	групп.	инд.	колл.	групп.	инд.	I	II	III		
15. Проповедь	+	++	++	-	+	++	-	+	++	-	+	/	+	/	+у
16. Инструкция	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	
17. Рецепты (кулинарные и др.)	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	
18. Реклама	+	+	++	+	+	-	-	+	-	-	+	+	+		
19. Художественный текст	-	-	+	++	-	-	+	-	-	+	+	+	+		
20. Беллетристика	-	-	++	+	++	-	+	++	-	+	+	/	+	-	
21. Публичная речь	+	+	++	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/	+
22. Художественная публицистика	+	-	+	++	+	-	++	+	-	++	+	/	+	/	+
23. Деловое письмо	++	+	+	-	-	++	+	-	++	+	+	/	+	-	
24. Личное письмо	+	-	++	-	-	-	+	-	-	+	+	/	+	-	
25. Газетно-журнальный информационный текст	++	-	+	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/	+

Используемые сокращения: ког. – когнитивная информация; опер. – оперативная информация; эм. – эмоциональная информация; эст. – эстетическая информация; колл. – коллективный источник/реципиент; групп. – групповой источник/реципиент; инд. – индивидуальный источник /реципиент (автор); мера перев. – мера переводимости; + – наличие признака; ++ – доминирование признака; – – отсутствие признака; у – устный перевод.

71

Личное письмо

- Личное письмо - один из древнейших типов текста, выработанный человечеством в целях передачи информации.
- Палитра средств оформления эмоциональной информации в личном письме фактически ничем не ограничена. Здесь может встретиться любая лексика: от диалектизмов и жаргонизмов до слов высокого стиля. Среди синтаксических средств распространены: эллипсис, инверсии и т. п. Ведущему типу информации соответствует и основной архитектурный принцип личного письма - ассоциативный.

Личное письмо

Продолжение

Тип текста	Вид информации				Источник			Реципиент			Мера перев. (№ группы)				
	ког.	опер.	эм.	эст.	колл.	групп.	инд.	колл.	групп.	инд.	I	II	III		
15. Проповедь	+	++	++	-	+	++	-	+	++	-	+	/	+	/	+у
16. Инструкция	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	
17. Рецепты (кулинарные и др.)	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	
18. Реклама	+	+	++	+	+	-	-	+	-	-	+	+	+	+	
19. Художественный текст	-	-	+	++	-	-	+	-	-	+	+	+	+	+	
20. Беллетристика	-	-	++	+	++	-	+	++	-	+	+	/	+	-	
21. Публичная речь	+	+	++	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/	+
22. Художественная публицистика	+	-	+	++	+	-	++	+	-	++	+	/	+	/	+
23. Деловое письмо	++	+	+	-	-	++	+	-	++	+	+	/	+	-	
24. Личное письмо	+	-	++	-	-	-	+	-	-	+	+	/	+	-	
25. Газетно-журнальный информационный текст	++	-	+	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/	+

Используемые сокращения: ког. – когнитивная информация; опер. – оперативная информация; эм. – эмоциональная информация; эст. – эстетическая информация; колл. – коллективный источник/реципиент; групп. – групповой источник/реципиент; инд. – индивидуальный источник /реципиент (автор); мера перев. – мера переводимости; + – наличие признака; ++ – доминирование признака; – – отсутствие признака; у – устный перевод.

Деловое письмо

1. Предложение, рекламация, напоминание и др.
2. Коммуникативное задание текста делового письма - наладить и поддержать контакт и сообщить актуальную информацию.
3. Текст делового письма, как и текст всякого письма, открывается конвенциональной формулой приветствия.
4. Формулы вежливости создают позитивное эмоциональное обрамление когнитивной информации, содержащейся в письме, и от того, насколько точно переводчик их воспроизвел, зависит правильность ракурса, под которым подается эта *когнитивная информация*.

Dear Dr. Natal'ya Yu. Grishina,

I'm writing to follow-up my last invitation as below, would you please give me a tentative reply? Thank you very much. I apologize for the inconvenience if the letter did not reach you.

We are proud to announce that World Education Day-2017 (WED-2017), with a theme of "Inheritance, Innovation, Cooperation and Development" will be held during September 15-17, 2017 in Dalian, China. On behalf of the organizing committee, we cordially welcome you to be the **chair/speaker at Block 1: Educational Leadership Forums** while presenting about **Teaching the subject "Intercultural Communication": formation of unconfined International Affairs program...**

If the suggested thematic session is not your current focused core, you may look through the whole sessions and transfer another one that fit your interest (more information please refer to <http://www.worldeduday.org/programlayout.asp>)

World Education Day, the grand gathering of educators, researchers, Chinese language and culture lovers, philanthropist, policy makers etc. World Education Day is a global platform where participants could have a comprehensive understanding of the world evolving culture of education and pedagogy. WED-2017 will invite world-known educational institutions, licensed agencies etc. to share ideas, successful stories, and guide students for domestic and overseas universities applications. Participants of WED-2017 will also include industry, experts from different countries will share their latest skills in transferring education through modern technologies.

The three-day conference comprises 9 professional programs including Educational Leadership Forum, Confucius Institute Forum, Education Partnership along the Belt and Road Development Forum, Digital Education Development Forum, Symposia of Quality Education, Symposia of International Education and Poverty Eradication, Symposium of Educational EXPO and Posters, Cultural and Social Activities. There will also be an exhibition running simultaneously with the conference, which will provide an ideal platform for showcasing educational products in China.

Dalian, one of the most famous tourist cities in China, has been known as the 'Hong Kong of Northern China' because of the rapid development on trading and financial services. The climate here, we hope you will enjoy your stay during the conference period.

We expect your precious comments or suggestions, also your reference to other speakers will be highly appreciated. We look forward to receiving your replies on the following questions:

1. What is the title of your speech?
2. Do you have any suggestions about our program?

Scheduling

Шток Мария [marish2020@yandex.com]



Кому: Гришина Наталья Юрьевна

2 ма

Dear Natalia,

I appreciate the understanding on the scheduling! This will make it much calmer.

I will look forward to learning more about the students. Please also confirm ***your main goal for them to achieve over these days.

I will be in Moscow until 12th May. We could meet on 13th, Saturday or on 15th, Monday before lecture.

Kind wishes,
Mari

PS The conference is 'Science to Business'. I do not know if Polytechnical students or faculty participate.

Гришина Наталья Юрьевна Dear Mari, New schedule May 15 (Monday) - 12.00-13.30 (room 121), 14.00-15.30 (room 210) May 17 (Wednesday) - 9.00-12.00 (room 203) M...

Шток Мария Hello Natalia, I will look forward to hearing details about May. I do not want to create problems -- but I just thought that I would ask -- Is the...

Деловое письмо

Продолжение

Тип текста	Вид информации				Источник			Реципиент			Мера перев. (№ группы)				
	ког.	опер.	эм.	эст.	колл.	групп.	инд.	колл.	групп.	инд.	I	II	III		
15. Проповедь	+	++	++	-	+	++	-	+	++	-	+	/	+	/	+у
16. Инструкция	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	-
17. Рецепты (кулинарные и др.)	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	-
18. Реклама	+	+	++	+	+	-	-	+	-	-	+	+	+	+	+
19. Художественный текст	-	-	+	++	-	-	+	-	-	+	+	+	+	+	+
20. Беллетристика	-	-	++	+	++	-	+	++	-	+	+	/	+	-	-
21. Публичная речь	+	+	++	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/	+
22. Художественная публицистика	+	-	+	++	+	-	++	+	-	++	+	/	+	/	+
23. Деловое письмо	++	+	+	-	-	++	+	-	++	+	+	/	+	-	-
24. Личное письмо	+	-	++	-	-	-	+	-	-	+	+	/	+	-	-
25. Газетно-журнальный информационный текст	++	-	+	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/	+

Используемые сокращения: ког. – когнитивная информация; опер. – оперативная информация; эм. – эмоциональная информация; эст. – эстетическая информация; колл. – коллективный источник/реципиент; групп. – групповой источник/реципиент; инд. – индивидуальный источник /реципиент (автор); мера перев. – мера переводимости; + – наличие признака; ++ – доминирование признака; – – отсутствие признака; у – устный перевод.

71

Художественная публицистика

Итак, источником является автор не только как творческая индивидуальность, но и как носитель определенной общественной позиции, как представитель какого-то группового мнения. Поэтому отклик и полноту восприятия сообщаемой информации он находит в первую очередь у людей с похожими общественными взглядами.

1. Когнитивная информация

Числовые данные, личные и географические имена, названия фирм и организаций здесь не выдуманы (во всяком случае они по законам жанра обязаны быть таковыми), они отражают объективную действительность и передаются при переводе однозначными эквивалентами.

2. Эмоциональная информация

Преобладают индивидуальные средства образности

Аллюзивность эссеистики чрезвычайно высока. К опоре на широкий, известный массовому читателю текстов СМИ (от рекламы до сериалов) добавляется использование контекста мировой художественной литературы, библейских сюжетов и имен, фоновых знаний из разных областей человеческой деятельности. Поэтому порой «расшифровать» намеки и скрытые цитаты очень трудно, так как рассчитаны они на компетентного читателя.

Художественная публицистика

Продолжение

Тип текста	Вид информации				Источник			Реципиент			Мера перев. (№ группы)			
	ког.	опер.	эм.	эст.	колл.	групп.	инд.	колл.	групп.	инд.	I	II	III	
15. Проповедь	+	++	++	-	+	++	-	+	++	-	+	/	+	/ +у
16. Инструкция	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-
17. Рецепты (кулинарные и др.)	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-
18. Реклама	+	+	++	+	+	-	-	+	-	-	+	+	+	+
19. Художественный текст	-	-	+	++	-	-	+	-	-	+	+	+	+	+
20. Беллетристика	-	-	++	+	++	-	+	++	-	+	+	/	+	-
21. Публичная речь	+	+	++	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/ +
22. Художественная публицистика	+	-	+	++	+	-	++	+	-	++	+	/	+	/ +
23. Деловое письмо	++	+	+	-	-	++	+	-	++	+	+	/	+	-
24. Личное письмо	+	-	++	-	-	-	+	-	-	+	+	/	+	-
25. Газетно-журнальный информационный текст	++	-	+	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/ +

Используемые сокращения: ког. – когнитивная информация; опер. – оперативная информация; эм. – эмоциональная информация; эст. – эстетическая информация; колл. – коллективный источник/реципиент; групп. – групповой источник/реципиент; инд. – индивидуальный источник /реципиент (автор); мера перев. – мера переводимости; + – наличие признака; ++ – доминирование признака; – – отсутствие признака; у – устный перевод.

71

Художественный текст

1. Языковые средства, повышающие уровень плотности когнитивной информации
2. Термины
3. Лексика общенаучного описания

Художественный текст

Продолжение

Тип текста	Вид информации				Источник			Реципиент			Мера перев. (№ группы)				
	ког.	опер.	эм.	эст.	колл.	групп.	инд.	колл.	групп.	инд.	I	II	III		
15. Проповедь	+	++	++	-	+	++	-	+	++	-	+	/	+	/	+у
16. Инструкция	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	
17. Рецепты (кулинарные и др.)	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	
18. Реклама	+	+	++	+	+	-	-	+	-	-	+	+	+	+	
19. Художественный текст	-	-	+	++	-	-	+	-	-	+	+	+	+	+	
20. Беллетристика	-	-	++	+	++	-	+	++	-	+	+	/	+	-	
21. Публичная речь	+	+	++	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/	+
22. Художественная публицистика	+	-	+	++	+	-	++	+	-	++	+	/	+	/	+
23. Деловое письмо	++	+	+	-	-	++	+	-	++	+	+	/	+	-	
24. Личное письмо	+	-	++	-	-	-	+	-	-	+	+	/	+	-	
25. Газетно-журнальный информационный текст	++	-	+	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/	+

Используемые сокращения: ког. – когнитивная информация; опер. – оперативная информация; эм. – эмоциональная информация; эст. – эстетическая информация; колл. – коллективный источник/реципиент; групп. – групповой источник/реципиент; инд. – индивидуальный источник /реципиент (автор); мера перев. – мера переводимости; + – наличие признака; ++ – доминирование признака; – – отсутствие признака; у – устный перевод.

Беллетристика

1. Языковые средства, повышающие уровень плотности когнитивной информации
2. Термины
3. Лексика общенаучного описания

Беллетристика

Продолжение

Тип текста	Вид информации				Источник			Реципиент			Мера перев. (№ группы)				
	ког.	опер.	эм.	эст.	колл.	групп.	инд.	колл.	групп.	инд.	I	II	III		
15. Проповедь	+	++	++	-	+	++	-	+	++	-	+	/	+	/	+у
16. Инструкция	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	-
17. Рецепты (кулинарные и др.)	+	++	-	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	-	-
18. Реклама	+	+	++	+	+	-	-	+	-	-	+	+	+	+	+
19. Художественный текст	-	-	+	++	-	-	+	-	-	+	+	+	+	+	+
20. Беллетристика	-	-	++	+	++	-	+	++	-	+	+	/	+	-	-
21. Публичная речь	+	+	++	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/	+
22. Художественная публицистика	+	-	+	++	+	-	++	+	-	++	+	/	+	/	+
23. Деловое письмо	++	+	+	-	-	++	+	-	++	+	+	/	+	-	-
24. Личное письмо	+	-	++	-	-	-	+	-	-	+	+	/	+	-	-
25. Газетно-журнальный информационный текст	++	-	+	-	+	-	-	+	-	-	+	/	+	/	+

Используемые сокращения: ког. – когнитивная информация; опер. – оперативная информация; эм. – эмоциональная информация; эст. – эстетическая информация; колл. – коллективный источник/реципиент; групп. – групповой источник/реципиент; инд. – индивидуальный источник /реципиент (автор); мера перев. – мера переводимости; + – наличие признака; ++ – доминирование признака; – – отсутствие признака; у – устный перевод.

71

Спасибо за внимание