

ПЕРСУАЗИВНИЙ ПОРТРЕТ ПЕРЕКЛАДАЧА

Скрябіна В. Б.

Київський національний лінгвістичний університет

У статті розглянуто персуазивність перекладача як професійна здатність сприймати і створювати персуазивні тексти. Виокремлено складники персуазивного портрета перекладача, професійно значущі знання та вміння.

Ключові слова: персуазивний портрет перекладача, мовна особистість перекладача, персуазивна установка тексту, емоційний інтелект.

В статье рассматривается персуазивность переводчика как профессиональная способность воспринимать и создавать персуазивные тексты. Выделены составляющие персуазивного портрета переводчика, профессионально значимые знания и умения.

Ключевые слова: персуазивный портрет переводчика, языковая личность переводчика, персуазивная установка текста, эмоциональный интеллект.

The article deals with persuasiveness of a translator as a professional ability to perceive and create persuasive texts. The components of a translator's persuasive portrait and essential professional skills are singled out.

Key words: translator's persuasive portrait, translator's language personality, persuasive function of a text, emotional intelligence.

Феномен персуазивного портрета професійного перекладача як мовної особистості становить особливий інтерес у загальнонауковому полі гуманітарного пізнання, особливо у сфері міжкультурної комунікації [6, с. 71]. Перекладач – не просто “ретранслятор” повідомлення з однієї мови на іншу, але, як і автор вихідного тексту, носій унікальної моделі світу, мовна особистість, яка, за визначенням Ю. М. Караулова, поєднує в собі характеристики особистості (її психічні, етичні, соціальні та інші компоненти) і ознаки мови [5, с. 36]. Особистісні чинники впливають на успішність перекладу, вони можуть не залежати від вибору самого перекладача (рівень знання мов, культурологічна компетентність, стилістична майстерність тощо), тобто мати заданий характер, або ж бути довільними – залежати від настанов і намірів перекладача (вибір методів, прийомів перекладу тощо). Усе сказане вище і визначає **актуальність** цієї розвідки.

Особистості перекладача, вимогам до перекладацької діяльності були присвячені численні дослідження, в яких наголошено на ролі перекладача як медіатора культур, що володіє аналітичною, креативною, емоційною компетенцією, умінням розпізнавати та продукувати тексти двома мовами [1]. На думку Л. П. Тарнаєвої, мовна особистість перекладача належить до елітарного типу мовної культури, оскільки вона володіє здатністю творити письмові та усні тексти будь-якого функціонального стилю [8, с. 67]. Цю саму думку висловлює Л. В. Кушніна: “Перекладач, який створює текст для іншої мовної особистості сам набуває рис елітарної мовної особистості, перетворюючи і удосконалюючи себе і навколишній світ, оточуючих людей” [6, с. 6].

Відносини, які виникають між перекладачем як мовною особистістю і його оточенням, є неоднозначними, оскільки перекладач, долучаючись до розуміння іншої лінгвокультурної спільноти, володіючи білінгвокогнітивною свідомістю [9], транслює смисли, а не створює їх; тобто перекладний текст обмежений з погляду вияву в ньому характеристик мовної особистості перекладача як індивідуальності. Перекладач діє в рамках “вторинної картини світу, але саме ця “вторинна” картина світу є основою для його творчої діяльності, і саме її він повинен донести читачеві тексту перекладу.

Мета цієї статті – розкрити основні складники персуазивного портрета перекладача як психолінгвістичного феномену, виокремити ключові знання та вміння, необхідні перекладачеві-білінгву для забезпечення спілкування між представниками різних народів, для розповсюдження передових ідей, досвіду, знань, найкращих надбань іншої культури.

Мовну особистість перекладача можна описати через специфічні, притаманні перекладачеві компетенції [8, с. 53], що включають не лише знання лексики, нормативності, правил граматики, орфографії, але і, наприклад, передбачають вільне володіння жанрово-стильовою палітрою мови, мовними формулами, різними темами, дискурсами тощо.

Однією з важливих компетенцій перекладача є володіння уявленням про типи текстів. Робота над перекладом різних типів тексту вимагає від перекладача знання специфічних моделей текстопородження мовою оригіналу та мовою перекладу, врахування своєрідності оригінального повідомлення і відображення його в перекладі за рахунок добору необхідних і доступних йому перекладацьких стратегій.

Перекладацька діяльність означає не тільки взаємодію двох мов, двох культур, у завдання перекладача входить збереження індивідуального сенсу тексту і ретрансляція його з урахуванням комунікативних настанов, однією з яких є персуазивна.

Персуазивна настанова (від лат. *persuadere* – “умовляти”) полягає в прагненні “автора усного чи письмового повідомлення здійснити певний вплив на адресата з метою переконання в чомусь, заклик до здійснення чи нездійснення певних дій” [11]. Персуазивний вплив націлений на спонукання реципієнта до здійснення певних посткомунікативних дій в інтересах адресанта. Ініційовані адресантом дії реципієнта можуть мати різну природу:

- ментальну – адресант прагне спонукати реципієнта до співмислення, тобто до прийняття його думки (наприклад, у політичному дискурсі);
- емоційно-чуттєву – адресант має на меті викликати зміни в емоційному стані реципієнта, спонукати його до співпочуттів (наприклад, у релігійному дискурсі);
- конкретно-практичну – адресант спонукає реципієнта до співдії, тобто до конкретної фізичної дії, вигідної адресанту (наприклад, до купівлі рекламованого в рекламі продукту) [3].

Персуазивність на відміну від аргументування передбачає наявність дихотомії раціонального переконання і емоційно-маніпулятивного зваблення реципієнта [13]. Прийомами персуазивного впливу поряд з раціональними аргументами вважають перебільшення, пояснення, тлумачення, наочні приклади, лестощі, апеляцію до почуттів адресата. Процеси раціональної аргументації або емоційного зваблення в персуазивній комунікації тісно пов’язані. Висування на передній план раціональних або емоційних аргументів залежить від конкретної мети адресанта і ситуації спілкування.

Тож при перекладі має бути створений текст, який може справляти аналогічний оригінальному персуазивний вплив на рецептора перекладу. Звичайно, відтворити весь глобальний зміст оригіналу неможливо, оскільки не можна точно передбачити реакції конкретних носіїв мови перекладу. Тому, на думку Л. К. Латишева, мова йде лише про перекладацькі гіпотези потенційних читацьких реакцій [7, с. 27].

Користуючись надбаннями психологічних концепцій мовленнєвого впливу, наведемо 6 основних знарядь персуазивного впливу, які варто взяти на озброєння кожному перекладачеві. За Р. Чалдіні, це – взаємний обмін, соціальний доказ, прихильність, авторитет, дефіцит і обов’язок [12].

1. Принцип *взаємного обміну*: давайте те, що хочете отримати. Перекладацька етика вимагає виявляти довіру, дух співробітництва та дружню прихильність як до мовця, так і до слухачів у процесі перекладу.

2. Принцип *соціального доказу*: будучи за своєю суттю соціальними істотами, люди покладаються на сигнали від оточення про те, як їм мислити, відчувати і діяти. Тому перекладач орієнтується на певні стереотипи в роботі з аудиторією.

3. Принцип *прихильності* передбачає використання симпатії з метою здійснення персуазивного впливу на співрозмовника. Тобто, іншими словами, симпатія до перекладача відкриває слухачів і викликає позитивні асоціації. Р. Чалдіні наводить три причини виникнення

симпатії: фізична привабливість (зовні красивим людям частіше вдається схилити опонентів на свою сторону), схожість (нам подобаються люди, чії позиції, особистісні риси, походження чи стиль життя схожі на наші), похвала (слова похвали чи компліменту можуть бути надзвичайно ефективним способом завоювати прихильність).

4. Принцип *авторитету* ґрунтується на схильності людей до покори відповідно до вимог авторитету. Люди схильні автоматично реагувати на символи авторитету: титул, одяг чи марку автомобіля. Перекладач з перших хвилин своєї роботи має не лише створювати враження, але й доводити свій статус кваліфікованого компетентного працівника.

5. Принцип *дефіциту*: наголошуйте на унікальних перевагах і ексклюзивності інформації, яку ретранслюєте. Товари та можливості здаються більш цінними, коли стають менш доступними.

6. Принцип *обов'язку*: люди більш схильні дослухатися до виступаючого, коли розуміють, що роблять це добровільно, за власним бажанням. Висловивши свою думку або зайнявши певну позицію, більшість людей намагається її дотримуватися.

Перекладач як учасник складного виду мовного спілкування одночасно виконує кілька комунікативних функцій. По-перше, він виступає в ролі рецептора оригіналу, тобто бере участь в акті мовного спілкування іноземною мовою. По-друге, він є творцем тексту мовою перекладу. По-третє, перекладач не просто створює текст мовою перекладу, а текст перекладу, тобто текст, функції, смисл і структура якого є певною заміною оригіналу.

Для успішного виконання перекладачем його функцій посередника він має володіти відповідними професійними навичками, елементами “культурного тезаурусу” обох мовних спільнот, що контактують в акті комунікації. Адже в процесі перекладу взаємодіють не тільки дві мови, але й дві культури, які мають як загальну, так і національну специфіку. Виявлення загального, інтернаціонального, загальнолюдського і приватного, особливого, національного є принциповим при створенні персуазивного портрета перекладача.

Наявність загальнолюдського зумовлене тим, що мислення в людей, які говорять різними мовами, в основному є схожим. Це пояснюється фізичною природою людини, функціями його головного мозку, вищої нервової системи. Національні мови численних народів, що існують у світі – це різні способи духовного освоєння дійсності, які будуються на однакових принципах людського мислення і ведуть до адекватного розуміння реального об'єктивного світу. Логіка людського мислення об'єктивно відображає зовнішній світ, зовнішні умови життя, матеріальна дійсність визначає свідомість людей і їхню поведінку, формує мовну картину світу.

Водночас конкретні зовнішні умови існування окремого етносу (географічні, фізіолого-антропологічні особливості, культурно-побутові традиції та ін.) формують специфічні риси уявлень, що визначають основу національної концептуальної картини світу і національної мовної картини світу. Мови відображають дійсність по-різному, асиметрично. В процесі перекладу виявляється, що мови по-різному членують дійсність, по-різному описують одні й ті самі явища й предмети, звертаючи увагу на різні їхні ознаки. Так, у семантиці слова відображено бачення світу носія конкретної мови [2]. Основою номінації виступають певні ознаки, які можуть істотно відрізнятися в різних мовах. Наприклад, слово “окуляри” в українській мові походить від слова “очі”, основа англійського слова “glasses” – матеріал, з якого вони зроблені. Таким чином, навіть та частина мовної картини світу, яка демонструє зовнішню подібність, тобто є симетричною, насправді – нееквівалентна. Ця нееквівалентність відображає різні рівні абстракції комунікантів. Адже кожен етнос має власне уявлення про світ, про загальні явища культури в матеріальній, духовній, організаційній та поведінковій сферах. В одній етнічній культурі можуть бути відсутні деякі елементи, наявні в іншій культурі, крім того, ставлення до тих чи інших об'єктів, які існують у загальнолюдській культурі, може бути різним. Ці об'єкти можуть викликати різні асоціації, тобто не однаково збігатися з культурним досвідом народу.

У своїх логічних основах мислення представників різних соціумів однакове, проте в плані емоційно-образного відображення дійсності, на рівні оцінок і переживань свідомість різних етносів не є подібною; що зумовлює неповторність світовідчуття. У різних культурах по-різному висловлюють радість і відчай, любов і ненависть, по-різному плине час, по-різному звучить і забарвлюється кольорами світ. Наприклад, у північних народів сонце сприймають як джерело життя, відродження, радості, що відображається у звертанні до людини: “Сонце моє!”. У народів Близького Сходу аналогічну конотацію має слово “місяць”.

У мовній картині світу виділяють цілий пласт слів, словосполучень, висловлень, конотацій яких зумовлені національно-культурним контекстом. Передача у перекладі емотивних, стилістичних, образних аспектів значення відіграє таку ж важливу роль, як і передача предметно-логічного змісту. Оскільки персуазивний компонент повідомлення включає як раціональну, так і емоційно-афективний складники, перекладачеві як посереднику між різномовними, різнокультурними соціальними спільнотами чи їх окремими представниками необхідно уміти передати обидва складники з найменшими втратами.

Для досягнення цієї мети перекладач має оволодіти двома взаємопов’язаними комплексами знань і умінь, які умовно можуть бути позначені як поведінково-процесуальний та матеріально-змістовий [10].

У першій комплекс входять, насамперед, прийняті в іншомовній культурі норми комунікативної поведінки – специфіка встановлення і підтримки зорово-голосового контакту, міміка, жестикуляція, пози, голосові модуляції і ін. Говорячи про знання правил невербальної поведінки певного етносу, не можна обійти увагою питання *емоційного інтелекту*.

Емоційний інтелект (emotional intelligence) — група ментальних здібностей, які беруть участь в усвідомленні та розумінні власних і емоцій оточуючих. Люди з високим рівнем емоційного інтелекту добре розуміють свої емоції і почуття інших людей, можуть ефективно керувати своєю емоційною сферою, і тому в суспільстві їхня поведінка більш адаптивна, вони легко досягають своїх цілей у взаємодії з оточенням [4].

Структура емоційного інтелекту включає 5 компонентів:

- саморозуміння (усвідомлення власних емоцій, упевненість у собі, самоповага, самоактуалізація);
- комунікативний потенціал (емпатія, соціальна відповідальність);
- власне адаптаційні здібності (вміння розв’язувати проблеми, долати труднощі, емоційна лабільність);
- протистресовий потенціал (стійкість до стресів, самоконтроль);
- загальний настрій (оптимістичність) [15].

У процесі перекладу як інтелектуальний, так і емоційний фактори відіграють ключову роль, оскільки переклад є не тільки раціональною пізнавальною діяльністю, але й інтерпретацією поведінки людини, що базується на знанні певних невербальних символів, які передає носій мови.

Емоційний інтелект, знання міжкультурних правил невербальної поведінки набувають особливої ролі в процесі тлумачення – усного послідовного чи синхронного перекладу. Так, перекладач повинен відтворити інтонацію мовця. Проте синхронні тлумачі часто не знають наперед, яку інтонацію збирається використати спікер, тому їхнє мовлення може звучати неприродно, за рахунок частих висхідних тонів. До того ж, перекладачеві не варто наголошувати на словах там, де в цьому немає потреби. Вибір перекладачем адекватного тону голосу є досить важливим. Наприклад, намагання синхроніста говорити спокійно, як реакція на надмірний психологічний тиск, відображається в монотонності його голосу, що може дратувати слухачів.

Тоді як для синхронних тлумачів немає потреби відтворювати пози, жести, міміку мовця, у послідовному перекладі часто виникає питання, чи слід відтворювати невербальну поведінку

спікерів, якщо аудиторія бачить перекладача. Одні перекладознавці вважають, що перекладач має копіювати жести, інтонації виступаючого, інші заперечують – публіка все одно спостерігає за мовцем, а не за перекладачем [14].

Велику роль у комплексі персуазивних умінь перекладача грає і тактика ведення діалогу – допустимість реплік і заперечень під час мовлення співрозмовника, а також способи немовного вираження уваги, згоди, сумнівів і багато іншого. Місце сполучної ланки між обома комплексами займають мовні стереотипи загально комунікативного призначення – вітання, звертання, моделі питання-відповідь, стандартизовані способи вираження емоцій (наприклад, задоволення, радості, жалю, розчарування, здивування тощо), а також засоби оформлення прохання, припису, підпорядкування відмови й інших варіантів прагматичного впливу.

До другого комплексу персуазивних умінь перекладача віднесемо уявлення про специфічні предмети, явища і процеси, характерні для способу життя та інтелектуального арсеналу носіїв мови, що вивчається, причому ці знання припускають не тільки засвоєння семантики відповідних одиниць, а й супутніх їм конотацій, їхнього “концептуального ядра” які є ключовими моментами в процесі переконання. Іншими словами, тут йдеться про лінгвокраїнознавчі реалії в найширшому сенсі – побутові, історичні, фольклорно-літературні, громадсько-політичні, релігійно-етичні та природно-географічні.

Мовне відображення міжкультурних відмінностей на всіх рівнях соціальної таксономії є практично невичерпним. Кваліфікований перекладач повинен володіти знаннями в галузі історії, політики, географії. Потрібно бути постійно в курсі подій, щодня переглядати телевізійні новини, читати публікації в засобах масової інформації як іноземною, так і рідною мовою. Перекладач-білінгв повинен прагнути до вдосконалення у своїй сфері. У цьому йому може допомогти вивчення культурних надбань іншого народу, довідкові матеріали, насичені конкретними відомостями культурно-країнознавчого характеру, лінгвокраїнознавчі словники тощо.

Таким чином, складовими персуазивного портрета перекладача є здатність до раціонального переконання і емоційно-маніпулятивного зваблювання в процесі тлумачення. Ефективність персуазивності перекладача забезпечують поведінково-процесуальні та матеріально-змістові вміння, серед яких ключові – емоційний інтелект і знання та глибоке розуміння лінгвокраїнознавчих реалій, надбань іншої культури.

Література

1. Бушев А. Б. Языковая личность профессионального переводчика / А. Б. Бушев. – Тверь : Лаборатория деловой графики, 2010. – 265 с.
2. Валеева Н. Г. Введение в переводоведение / Наиля Гарифовна Валеева. – М. : Изд-во РУДН, 2006. – 251 с.
3. Голоднов А. В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Голоднов Антон Владимирович. – Санкт-Петербург, 2003. – 247 с.
4. Емоційний інтелект [електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki>.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 264 с.
6. Кушнина Л. В. Языковая личность переводчика в свете концепции переводческого пространства / Л. В. Кушнина, М. С. Силантьева // Вестн. Перм. ун-та. – 2010. – Вып. 6 (12). – С. 71–75.
7. Латышев Л. К. Разноязычные тексты как объект отождествления в переводе / Л. К. Латышев // Текст и перевод. – М. : Наука, 1988. – С. 33–34.
8. Тарнаева Л. П. Концепция языковой личности в контексте проблем переводоведения / Л. П. Тарнаева // Вестник Ленинград. ун-та. – 2008. – №2 (13). – С. 55–68.

9. Халеева И. И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи (подготовка переводчиков) / И. И. Халеева. – М. : Высшая школа, 1989. – 238 с.
10. Цвиллинг М. Я. Межкультурные аспекты перевода в подготовке переводчика / М. Я. Цвиллинг // Вопросы филологии. – М., 2010. – № 1. – Том 034. – С. 60 – 63.
11. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса : проблемы речевого воздействия. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 132 с.
12. Cialdini R. B. Influence / R. B. Cialdini. – N.Y. : William Morrow and Company, 1984. – 302 p.
13. Perelman Ch. A New Rhetoric : A Treatise on Argumentation / Ch. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca. – Notre Dame (Ind.) : Univ. of Notre Dame Press, 2000. — 566 p.
14. The importance of non-verbal communication in professional interpretation [електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://aiic.net/page/1662>.
15. Thorndike R. K. Intelligence and Its Uses / R. K. Thorndike // Harper's Magazine. – 1920. – № 140. – P. 227 – 335.