
ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 007:304:070

А.К. Досенко

КОМУНІКАТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ПЕРЕКЛАДАЧА ПІД ЧАС ІНТЕРНЕТ-СПІЛКУВАННЯ (НА ПРИКЛАДІ САЙТІВ ЗНАЙОМСТВ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ)

У статті висвітлено одне з актуальних питань в інтернет-комунікативістиці, а саме спілкування в Мережі на сайтах. На сьогодні постає необхідність у дослідженні моделей поведінки та комунікації користувачів Мережі на сайтах широкого й звуженого доступу. Відкритим залишається питання сприйняття інформації особами, які залучають у процес спілкування третього індивіда, що за рахунок власного суб'єктивізму змінює й корегує інформаційні ресурси комунікантів.

Ключові слова: Інтернет, комунікація, сайт знайомств, перекладач, комунікативна модель.

I. Вступ

Беззаперечно, щодня в ХХІ ст. все більше людей переходить у віртуальну реальність, що посідає провідне місце в комунікативних процесах суспільства й кожного окремого індивіда в цілому. Під час спілкування в Мережі особистість переступає грані звичайного спілкування та почувається в площині більш відкритою. Це й формує або впливає на модель її поведінки, диктуючи стиль написання повідомлень окремим користувачам Мережі, або формує загалом весь типаж особистості, що постає перед нами на "сторінках сайтів".

Насичений ринок праці, що вимагає щільного графіка, постійна робоча зайнятість та стереотип того, що в Мережі спілкуватись легше, призводять до того, що велика кількість населення планети має дедалі більше друзів в Інтернеті, і все більшої популярності набувають інтернет-знайомства. Платформою для подібних комунікативних процесів є так звані сайти знайомств.

Ця проблема практично не досліджена й потребує детального вивчення. Хоча на терені інтернет-комунікативістики можемо зазначити таких науковців, як: І. Артамонова, С. Квіт, С. Коноплицький.

II. Постановка завдання

Мета статті – дослідження особливостей комунікативних процесів на сайтах знайомств обмеженого доступу, що потребують

допомоги перекладача в діаді "комуні кант – комунікат".

III. Результати

Актуальним вважаємо детальне дослідження моделей поведінки чоловіків та жінок на сайтах знайомств, що, на нашу думку, типово відрізняються від моделей поведінки в реальних обставинах.

Нами було проведено пілотне дослідження текстів листування, а також опитування користувачів сайтів. Досліджувана аудиторія мала вікові межі, що в більшості своїй становила від 25 до 50 років. Водночас ми не обмежувались такими критеріями, як освіта, робота, статус. Вважаємо, це доцільним, оскільки вищенаведені фактори сприятимуть побудові різних моделей поведінки користувачів.

Фактори, що сприяють інтернет-спілкуванню, можна розподілити на декілька груп, а саме:

- *психологічні особливості* (до яких зараховуємо специфічні особливості сприйняття реальності кожним окремим індивідом; сором'язливість та невміння заводити контакти в реальному житті);
- *анонімність* (що дає змогу відкриватися повністю або, навпаки, одягати не властиві в реальному житті "маски");
- *прагнення уваги* (якої подекуди не вистачає в реальності);
- *бажання самореалізації* (у випадку, якщо особистість не змогла цього зробити в реальному житті).

Не можна заперечувати, що розвиткові інтернет-комунікативістики сайтів знайомств (аналогічно до процесів комунікації в соціальних мережах, блогосферах, електронною поштою) зумовлений такою “позитивною стороною” розвитку цивілізації, як всесвітнє поширення Мережі. Типовою для поведінки людства стає “розмова”, не виходячи з дому. Параметр зручності в технологічному плані, беззаперечно, має місце. Але, опитавши респондентів, стикаємося ще з одним фактором – зручно “вбивати час”. Таким чином, можна говорити ще й про те, що з фізіологічної точки зору суспільство не приймає можливості дозвілля, як раніше (поза межами квартир). Фактор зручності й лінощів спонукає користувачів мережі створювати анкети та отримувати так звані ІДномери, що притаманні всім сторінкам сайтів знайомств.

Логічно додати, що під час нашого дослідження ми не обмежились лише україномовними та російськомовними сайтами знайомств і використовували також англійськомовні.

Керуючись цим, ми розподіляємо сайти знайомств таким чином:

- сайти з безкоштовною реєстрацією;
- сайти з платною реєстрацією;
- сайти, де реєстрація відбувається виключно через весільне агентство.

На нашу думку, найцікавішою є третя група, оскільки не останню роль тут відіграє третя особа – перекладач. У цьому разі доцільно говорити про технологію ведення діалогу між сторонами, оскільки весільні агентства користуються перекладачами, що створює комунікативний трикутник, який, у свою чергу, викривлює інформацію в діаді “чоловік – жінка”. Таким чином, інформація, що надходить від першої особи (комунікант) до другої (комунікат), є викривленою, оскільки спочатку сприймається перекладачем і адаптується на його картину світу. Під час перекладу та передавання інформації вона супроводжується мімікою, тоном і жестами третьої особи, що, у свою чергу, деформує сказане. Відтак, комунікат сприймає сказане не безпосередньо, а адаптовано, причому це вже третій варіант інформації, який, у свою чергу, також накладається на його картину світу. Реакція відбувається так само, але уже у зворотному порядку.

Перекладач виступає в цій комунікативній моделі не лише як особа, що веде переговори, а і як філолог (оскільки добирає необхідні, на його думку, одиниці мови, стилістичні звороти тощо), а і як психолог, адже дуже часто сам він (вона) єдиний з трьох, хто володіє іноземною мовою, що дає можливість тримати ситуацію “під контролем” і керувати нею. Але дуже часто під час такої комунікації забуваються основні правила спілкування через третю особу. Серед них можемо виокремити такі:

- говорити повільно, надаючи можливість перекладачеві максимально вловити зміст сказаного;
- вимовляти не більше ніж одне-два речення за раз, оскільки треба враховувати, що утримати великий обсяг інформації за один раз перекладач не може, і це спалює зміст тексту;
- бажано не супроводжувати мову прислів'ями, приказками, крилатими виразами та ідіомами (хоча це допускається в розмовній мові), адже в мові, на яку перекладається, текст не завжди може бути відповідник;
- у разі, якщо сказане було трактовано неправильно, слід відразу ж вжити заходів і розтлумачити сказане;
- не варто забувати, що перекладач має знати всю (або найважливішу) інформацію про обидві сторони під час реальної зустрічі.

Важливу роль відіграє зовнішній вигляд перекладача, який не може собі дозволити брутальний гардероб, оскільки є “трансформатором” чужих картин та образів світу. Він не має права на висловлення власної точки зору або коментарів. Випадки становлять лише ті ситуації, коли наявна загроза одному з комунікантів.

Комунікативний процес під час спілкування через перекладача під час реальної зустрічі виглядає так:

**Комунікант ↔ інформація ↔ перекладач
↔ адаптована інформація ↔ комунікат**

Однак не слід забувати про ще один варіант моделі поведінки “трикутника” та передачі викривленої інформації в ньому. Маємо на увазі, що спілкування (або знайомство) практично весь час веде перекладач, насамперед листування на сайті. Отже, якщо говорити відверто, то спочатку чоловік/жінка, які обрали профайл свого майбутнього “комуніканта”, знайомляться з перекладачем. Оскільки третя особа в нашому випадку володіє більшою інформацією про комуніката, то з легкістю продовжую чи ініціює діалог. Але інформативні ресурси, що надходять від/до адресата, є викривленими удвічі. Тут наявна інша комунікативна модель:

Комунікант ↔ комунікатор ↔ перекладач ↔ комунікатор ↔ комунікат

Як можемо спостерігати, інформація проходить декілька рівнів викривлення, а саме:

- технічний;
- перцептивний;
- фізіологічний.

Розглянемо кожен з рівнів окремо. Перший – технічний – викривляє інформацію не тільки через наявність комунікатора, оскільки текст надходить саме через нього, а й містить зворотний зв'язок (під час того, як перекладач відправляє листа у відповідь).

Другий – перцептивний, адже для того, щоб передати інформацію комунікаторі, перекладач має її сприйняти та осмислити, що не може відбутися без накладання суб'єктивізму, який є невід'ємною частиною світосприйняття кожного індивіда. Отже, для повноцінного функціонування та надходження до "потрібного" об'єкта інформація на цьому рівні має проходити такі етапи: предметність, цілісність, сукупність, константність та осмисленість. Як ми розуміємо, коли в комунікації "буфером обміну" є третя особа, не всі структурні елементи дотримуються або залишаються в першочерговому вигляді.

Третій – фізіологічний, полягає в тому, що тексти від комунікантів перекладаються й розуміння та сприйняття сказаного реалізуються через глибину знання мови перекладача, що не завжди може точно відобразити всі необхідні зазначені параметри.

Отже, перекладач безпосередньо виконує роль "інформативного посередника", який адаптує та передає інформацію.

IV. Висновки

Останнім часом сайтів знайомств стає все більше, а отже, і користувачів. Виникнення у XXI ст. подібних комунікативних платформ зумовлює подальшу видозміну комунікативних ситуацій та людської поведінки, що й так інмутовано з'явилась у соціальних мережах та блогосфері.

Подібно до них, сайти знайомств дають можливість носити маски, що знімають з людей відповідальність та "сприяють" спілкуванню. Тут наявні як плюси, так і мінуси, оскільки людині особисто (все залежить від власного сприйняття) більше не потрібні загальноприйняті й звичні комунікативні межі, "типові" для нас раніше.

Важливою проблемою залишається спілкування через монітор та ілюзія безкарності

й гри, що підштовхує людину не лише розкритись, а й прикинутись іншою, що можна визначити лише під час реальної зустрічі.

Щодо перспектив подальших розвідок слід наголосити, що є необхідність дослідження моделі поведінки комунікантів та опису технології, структури й подальших комунікативних ситуацій, що сприятимуть розширенню обрив спілкування в Мережі.

Список використаної літератури

1. Проблеми міжкультурного впливу у сфері мас-медіа [Електронний ресурс] / В.В. Березенко // Культура народів Причорномор'я. – 2003. – № 37. – С. 297–300. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp37>.
2. Коноплицький С.М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз: автореф. дис. ... канд. соц. наук: 22.00.01 / С.М. Коноплицький; НАН України; Ін-т соціології. – К., 2007. – 17 с.
3. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. / В.В. Різун. – К.: Просвіта, 2008. – 260 с.
4. Шовгун І.В. Політична реклама як комунікативний процес: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.05 / І.В. Шовгун. – Л., 2004. – 17 с.
5. От текста к гипертексту [Электронный ресурс] / В.В. Буряк // Культура народів Причорномор'я. – 2001. – № 23. – С. 20–25 – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/Articles/kultnar/knp200123>.
6. Phenomenology – Martin Heideger [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.science.jank.org/pages>.
7. McQuail D. Mass Communication theory [Electronic resource] / Denis McQuail. – Mode of access: <http://www.books.google.com.ua/books>.
8. Erickson T. The World Wide Web as Social Hypertext [Electronic resource] / Thomas Erickson. – Mode of access: http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson.

Стаття надійшла до редакції 07.10.2013.

Досенко А.К. Коммуникативные особенности работы переводчика во время интернет-коммуникации (на примере сайтов знакомств сети Интернет)

В статье освещается один из актуальных вопросов в интернет-коммуникативистике, а именно общение на интернет-сайтах. На сегодняшний день существует необходимость в исследованиях моделей поведения и коммуникации пользователей Сети на сайтах широкого и узкого доступа. Открытым остается вопрос восприятия информации лицами, вовлекающими в процесс общения третьего индивида, который за счет собственного субъективизма меняет и корректирует информационные ресурсы коммуникантов.

Ключевые слова: Интернет, коммуникация, сайт знакомств, переводчик, модель коммуникации.

Dosenk A. Communication features of interpreter during online communication (for example dating sites on the Internet)

This article examines one of the most pressing issues in the Internet communication, namely communication on Internet sites. It is important because there is a need for research into patterns of behavior and communication network users on the sites of the broad and narrow access. Also, the question remains of perception of individuals which involve in the process of communication-thirds of the individual, which by its own subjectivity changes and corrects the information resources of the communicants.

The need for such a study is that these sites become more and people too. The appearance in the XXI century, these communication platforms leads to a further change of communicative situations and human behavior which has influence of immutation of the advent of social networks and the blogosphere.

Dating sites provide an opportunity to wear masks, which removes the responsibility from the people and liberating communication. There has both poles and cons, because each type of temperament and person in particular (it all depends on your own perception) no longer are written beyond the "typical" and the previously accepted framework of communication.

Also, the most important problem is the communication via the monitor, and the illusion of impunity or game that encourages people not only open, but also to pretend to be another person, if necessary, that can only be found in a real dialogue and situations.

Key words: internet, communication, dating site, interpreter, model of communication.