

Научная статья
УДК 81.25



Особенности устного перевода публичных монологических речей с доминирующей информационной коммуникативной функцией

М. С. Фирстов

*Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
mfirstov@mail.ru*

Аннотация. В работе на материале немецкого языка анализируются особенности одной из групп речевых жанров устной монологической публичной речи – информационных текстов: акцент на сообщаемой информации, преобладание содержания над формой, значимость индивидуального стиля оратора. Автор показывает, как вышеперечисленные параметры информационных текстов определяют специфику подготовки устного переводчика к работе с такими текстами.

Ключевые слова: устная монологическая публичная речь, информация, информационные тексты, предпереводческий анализ

Для цитирования: Фирстов М. С. Особенности устного перевода монологических публичных выступлений с доминирующей информационной коммуникативной функцией // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. Вып. 5 (886). С. 130–135.

Original article

Interpreting Public Speeches with a Dominant Informative Communicative Function. Some Features

Mikhail S. Firstov

*Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
mfirstov@mail.ru*

Abstract. The paper deals with characteristics of one of the groups of public speech genres – informational texts – on the material of the German language: the emphasis on the reported information, the predominance of content over form, the importance of the speaker's individual style. The author shows how the above-mentioned parameters of informational texts determine the specifics of the interpreter's preparation to work with such texts.

Keywords: public speech, information, informational texts, pre-translation analysis

For citation: Firstov, M. S. (2024). Interpreting public speeches with a dominant informative communicative function. Some features. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 5(886), 130–135. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

Одним из условий успешной профессиональной подготовки устного переводчика является развитие у него навыка предпереводческого анализа ситуации коммуникации. Подчеркнем, что в отличие от письменного перевода, объектом предпереводческого анализа при устном переводе является именно ситуация коммуникации, поскольку сам текст обычно не готовится полностью в письменной форме до его порождения и переводчику не предоставляется.

В ходе подготовки переводчик, в частности, получает возможность предварительно классифицировать текст еще не произнесенного оригинала, соотнеся его либо с группой информационных, либо с группой социально-ритуальных жанров. Схема подобного анализа применительно к социально-ритуальным текстам была нами подробно рассмотрена в предыдущей статье [Фирстов, 2023]. В предлагаемой работе мы хотели бы обратить внимание на вторую макрогруппу речевых жанров устной монологической речи – информационные публичные выступления.

Если социально-ритуальный текст (как это следует из самого названия) представляет собой вербальную часть ритуального действия (причем эта вербальная часть, по выражению Мечковской, «вторична и необязательна» [Мечковская, 1998, с. 51]), то информационный текст несет реципиенту информацию о некоем фрагменте действительности, отраженном в картине мира адресанта. Иными словами, если рассматривать процесс коммуникации как взаимодействие между элементами триады «адресант – адресат – окружающий мир», то социально-ритуальный текст сконцентрирован на связи адресата и адресанта (т. е. характеризуется внутренней направленностью), в то время как информационный текст направлен вовне и призван отражать окружающую действительность.

Предпереводческий анализ текста осуществляется в соответствии с предложенной нами ранее моделью, уходящей корнями в античную риторiku, уточненную в XX веке Г. В. Лассвеллом и его последователями [Назаров, 2003]:

1. Кто? (*адресант*)
2. Кому? (*аудитория*)
3. Зачем? (*прагматическая цель*)
4. Что? (*содержание*)
5. Как? (*форма сообщения: композиция, языковые средства и т. п.*).
6. Когда? (*при каких обстоятельствах*)
7. Посредством чего? (*канал коммуникации*).

Кто?

Адресантом выступает оратор, который может рассчитывать на коммуникативный успех в попытках изменить или дополнить картину мира аудитории (а именно, эта цель в конечном итоге ставится, если в устном монологическом тексте доминирует функция информирования, поскольку никакая информация не сообщается просто так). Такой оратор должен, как правило, пользоваться у аудитории авторитетом, причем в отличие от оратора, произносящего социально-ритуальный текст, авторитет адресанта информационного текста основывается не на должности и общественном положении говорящего, а на его экспертном статусе. Иными словами, аудитория априори признает, что оратор обладает более обширной информацией об обсуждаемом фрагменте действительности, нежели слушатели, и способен судить о нем более компетентно.

Этот экспертный статус должен поддерживать и сам оратор, в связи с чем значительная роль отводится его самопрезентации (*self presentation*).

В случае с информационным текстом, равно как и в случае с социально-ритуальными выступлениями, часто инициатором коммуникации (по терминологии М. Я. Цвиллинга [Цвиллинг, 2007]) выступает не сам оратор. Однако функции оратора и автора текста в этой ситуации совпадают чаще, чем в случае с социально-ритуальным текстом, создание которого нередко доверяют спичрайтеру.

Кому?

Важно отметить, что для коммуникативного успеха в случае доминирования в тексте информационной функции гораздо большую роль играет максимально полное понимание аудиторией предлагаемой в тексте информации. Если социально-ритуальный текст вполне отвечает своей функции, даже оставаясь отчасти или полностью непонятным для аудитории, то для изменения и дополнения картины мира слушателей важно, чтобы реципиенты были способны понять, осознать и подвергнуть более или менее рациональному анализу содержание текста.

Для соблюдения этого требования содержание выступления должно не только быть понятно с чисто лексической точки зрения и легко восприниматься синтаксически, оно должно еще и укладываться в общую картину мира реципиента, не противореча ее базовым основам или, если пользоваться терминологией У. Липпмана, стереотипам, в противном случае предложенное содержание будет отвергнуто целиком и коммуникативная цель достигнута не будет [Липпман, 2004; Бернейс, 2023; Лебон, 2016].

Помимо этого, воспринимаемая информация должна быть хотя бы отчасти новой для аудитории, быть интересной и полезной, иначе ее будут воспринимать лишь из вежливости, что опять-таки приведет к коммуникативной неудаче.

Зачем?

Мы исходим из того, что первичная и основная цель любого информирования – изменение или дополнение картины мира реципиента. При этом нередко подобная трансформация картины мира может привести и к изменению поведения реципиента, к его действиям в интересах инициатора коммуникации [Данилова, 2009].

Что?

Поскольку речь идет об информировании, можно утверждать, что слушателю будут сообщаться новые факты об окружающей действительности либо опровергаться уже известные ему и воспринимаемые им как истинные сведения.

Новая информация, основываясь на уже известных реципиенту фактах, будет сопровождаться аргументацией, как логического, так и манипулятивного характера. В частности, одним из наиболее распространенных способов воздействия на адресата является выдача субъективного утверждения за общеизвестный факт [там же].

Как уже было отмечено выше, сообщаемая адресантом информация должна быть нова для реципиента, интересна и полезна ему и понятна. Если одно из этих требований не будет соблюдаться, выступление с точки зрения реципиента рискует из информационного превратиться в социально-ритуальное. В этом случае текст будет восприниматься аудиторией лишь из вежливости, внимание ее будет рассеяно, слушатель будет слышать, не слыша.

Как?

В информационном тексте форма определяется коммуникативной функцией и подчинена содержанию, что должен учитывать как оратор, так и переводчик.

Коммуникативная ситуация публичного выступления представляет собой имплицитный диалог, т. е. предполагает непосредственную реакцию аудитории. Для этого ее социокультурные параметры должны быть предварительно спрогнозированы адресантом, что нередко сопряжено со значительными трудностями, особенно если коммуникация осуществляется не непосредственно, а с применением электронных каналов (радио, телевидение, Интернет), т. е. когда выступающему приходится иметь дело с численно неограниченной аудиторией, обладающей лишь условно предсказуемыми

социокультурными характеристиками [Каменская, 1990; Миньяр-Белоручев, 1980; Леонтьев, 1999].

Исходя из необходимости учитывать реакцию аудитории, сложно признать эффективным подготовку текста выступления в письменном виде для его последующего представления публике. Во-первых, скорость чтения ощутимо выше скорости свободной речи, что весьма затрудняет восприятие. Во-вторых, зафиксированный в письменном виде текст устного выступления, как правило, тяготеет к письменному синтаксису (сложные конструкции, преобладание подчинительной связи над сочинительной и т. п.). В-третьих, привязка к письменному тексту мешает оратору «подстраиваться» под аудиторию во время выступления [Лебон, 2016].

Когда?

В отличие от социально-ритуального текста, устная публичная речь с доминирующей информационной функцией, как правило, не привязана к официальному формальному поводу. В то же время можно выделить типичные ситуации коммуникации, при которых информационные публичные выступления особенно широко представлены: это сфера образования и науки как область, само предназначение которой связано с трансляцией нового знания. Соответственно, типичными речевыми жанрами, входящими в группу информационных устных публичных выступлений, можно считать лекцию и доклад.

Между этими жанрами наблюдается значительное сходство с точки зрения коммуникативной задачи – сообщение новой информации. Однако есть и ряд различий:

- с точки зрения объема и продолжительности: доклад, как правило, короче; если стандартная академическая лекция продолжается около полутора астрономических часов, то для доклада на научной конференции редко предусматривается более получаса;

- с точки зрения соотношения экспертного уровня оратора и аудитории: в случае лекции, как правило, наблюдается заметное различие между степенью информированности оратора и слушателей по рассматриваемой теме. Академическая лекция читается профессором перед студенческой аудиторией, публичная лекция – специалистом перед заинтересованными неспециалистами; с докладом же ученый обычно выступает перед коллегами;

- с точки зрения оформления: учитывая вышеизложенное, автор доклада может себе позволить, в частности, шире использовать специальную терминологию, не прибегая к объяснениям, чем профессор, читающий лекцию студентам.

КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ

Стандартом для наиболее типичных жанров устных публичных выступлений с доминирующей функцией информирования (лекции, доклада) по-прежнему остается непосредственное общение, когда отправитель и реципиент находятся в одной аудитории.

В то же время, если в первой половине XX столетия специалисты сетовали на ограниченность числа каналов распространения информации [Бернейс, 2023], то стремительное развитие информационных технологий в последние десятилетия совершило в этой сфере настоящую революцию. Всё больше научной и особенно научно-популярной информации распространяется в форме публичных лекций, которые проводятся в смешанном формате, транслируются через различные интернет-платформы; всё чаще ученые получают возможность выступить с докладом на конференции не только лично, но и с использованием каналов электронной коммуникации. При этом, открывая новые возможности для охвата аудитории, эта ситуация предъявляет оратору новые требования, затрудняя восприятие им аудитории и адаптацию к ней.

Попытаемся проиллюстрировать на конкретных примерах, какие особенности наблюдаются в информационных публичных монологических выступлениях на уровне композиции, синтаксиса и лексики.

Композиционно устное публичное выступление с доминирующей информационной функцией состоит из вступления, основной части и заключения.

Во вступлении оратор решает две прагматические задачи:

- 1) установить контакт с аудиторией (т.е. поприветствовать публику, представиться самому и поблагодарить за приглашение);
- 2) ознакомить публику с содержанием предстоящего выступления (нередко в форме плана).

Приветствие – наиболее стандартная и ритуализированная часть выступления. Если оратор впервые выступает перед данной аудиторией, можно ожидать (с минимальными вариациями) примерно такого текста:

Meine sehr verehrten Damen und Herren!
Vielen Dank für die Einladung. Es ist eine große Ehre für mich, die Gelegenheit zu haben, hier zu Ihnen zu sprechen.

Далее оратор, вероятно, представится и перейдет к теме выступления.

Тема выступления для привлечения внимания публики может быть сформулирована в виде вопроса или провокационного утверждения:

Können wir den Medien vertrauen?¹;
Wie werden wir in 100 Jahren leben?²;
Der Staat – Feind von Ethik und Freiheit³.

Затем оратор переходит к основной части выступления.

В конце выступления следуют краткие выводы из сказанного.

Применительно к синтаксису устной публичной речи с доминирующей коммуникативной функцией информирования важно отметить, что композиционно-речевая форма «рассуждение», которая нередко преобладает в такого рода выступлениях, предполагает каузативную связь [Брандес, 2004], что выражается в широком использовании придаточных причины, условия и уступки. В то же время синтаксис устного выступления не может и не должен быть чрезмерно усложнен. Так, крайне желательно, чтобы сочинительная связь превалировала над подчинительной, оратору рекомендуется избегать цепочек придаточных предложений. По этой причине подготовленное выступление не должно иметь жестких рамок, не рекомендуется заучивать его наизусть либо зачитывать с листа. Во-первых, скорость чтения, как правило, выше, чем скорость свободной речи без опоры на текст. Кроме того, синтаксис письменного текста обычно ощутимо сложнее, чем синтаксическая структура устной речи.

В этой связи особую сложность при восприятии (и особенно при переводе) вызывают цитаты, которые оратор зачитывает, так как они могут отличаться усложненным письменным синтаксисом, а если речь идет о классиках, то и язык в них нередко весьма архаичен, например цитаты Т. Мальтуса и Л. фон Мизеса в докладе проф. Ханса-Херманна Хоппе «Eine kurze Geschichte der Weltwirtschaft»⁴.

В то же время цитаты выполняют в информационном устном монологическом публичном выступлении немаловажную функцию, представляя собой одно из важных манипулятивных средств убеждения – ссылку на авторитет [Ножин, 1989].

В связи с этим автору, если он считает цитату необходимой, можно рекомендовать продублировать ее на слайде для визуального восприятия.

Имплитный диалог (который характерен для любого публичного выступления) поддерживается в информационных устных монологических

¹URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4bF-3ruJz0&t=31s>

²URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fKdxlhGH4oo&t=7s>

³URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fnRqtCbwTWg&t=1251s>

⁴URL: <https://www.youtube.com/watch?v=w43Lk-HmQd8&t=10s>

публичных речах при помощи риторических вопросов.

На уровне лексики автору следует помнить о том, что у реципиента устного текста (в отличие от читателя текста письменного) нет возможности обратиться к сторонним материалам (словарям, справочникам и т. п.), облегчающим понимание предложенного содержания. Иными словами, однократная устная презентация текста требует от оратора особого отношения к терминологии, профессионализмам, именам собственным и т. п.

Так, если у оратора нет полной уверенности в том, что тот или иной термин знаком аудитории, необходимо привести его дефиницию:

- **Dekarbonisierung** unserer Ökonomie, das heißt der Abschied von der bisherigen Rohstoffbasis, die vor allem aus fossilen Energien beruht...
- **Ressourceneffizienz**, also mehr von Produkten und Dienstleistungen aus weniger Ressourcen zu generieren, die Ressourcenproduktivität...
- ... weil die **Urbanisierung** weitergeht, also die Verstädterung unserer Gesellschaften...
- Es wird dezentrale **Kraft-Wärme-Kopplung** geben, also die gleichzeitige Erzeugung von Strom und Wärme¹.

Если упомянутое имя или географическое название может оказаться неизвестным публике, стоит сделать то же самое.

¹<https://www.youtube.com/watch?v=SNThw584Ndg>

Числа также трудно воспринимаются на слух. Если у оратора нет возможности продублировать их на слайдах или в раздаточном материале, лучшим выходом будет округлить число.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При подготовке к работе с текстами описанного типа переводчику необходимо прежде всего подробно изучить предоставленные материалы и создать так называемое предметно-семантическое поле, т. е. не только составить список лексики на рабочих языках, но и получить представление о том, что скрывается под каждой из лексем.

При отсутствии материалов по конкретному мероприятию переводчику тем не менее обычно известна тема предстоящего выступления. В этом случае следует исходить из того, что оратор, как правило, не впервые высказывается по рассматриваемому кругу проблем и вряд ли успел кардинально поменять свое мнение с тех пор, как делал это в последний раз. Найти публикации или выступления более или менее известного спикера по конкретной тематике при нынешней доступности информации обычно не составляет для переводчика особого труда.

Следуя этим несложным рекомендациям, переводчик может обеспечить себя материалом для предпереводческого анализа коммуникативной ситуации, участником которой ему предстоит выступить, увеличить субъективную избыточность текста (т. е. долю уже известной ему информации в будущем выступлении), расширив таким образом возможности для применения механизма вероятностного прогнозирования, что в конечном счете послужит повышению качества выполненного перевода.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Фирстов М. С. Некоторые особенности устного перевода социально-ритуальных текстов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 13 (881). С. 102–108.
2. Мечковская Н. Б. Язык и религия. Лекции по филологии и истории религий: пособие для студентов гуманитарных вузов. М.: ФАИР, 1998.
3. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М.: Аванти плюс, 2003.
4. Цвиллинг М. Я. Понятие переводческой констелляции // Тетради переводчика: научно-теоретический сборник / под ред. И. И. Халеевой. М.: Рема, 2007. Вып. 26. С. 63–72.
5. Липпман У. Общественное мнение. М.: АСТ, 2023.
6. Бернейс Э. Формирование общественного мнения. М.: АСТ, 2023.
7. Лебон Г. Психология масс. СПб.: Питер, 2016.
8. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: Добросвет, КДУ, 2009.
9. Каменская О. Л. Текст и коммуникация. М.: Высшая школа, 1990.
10. Миньяр-Белоручев Р. К. Общая теория перевода и устный перевод. М.: Воениздат, 1980.
11. Леонтьев А. А. Психология общения. М.: Смысл, 1999.

12. Брандес М. П. Стилистика текста. М: Прогресс-Традиция; ИНФРА-М, 2004.
13. Ножин Е. А. Мастерство устного выступления. М.: Издательство политической литературы, 1989.

REFERENCES

1. Firstov, M. S. (2023). Interpreting Socio-Ritual Texts. Some Features. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 13(881), 102–108. (In Russ.)
2. Mechkovskaya, N. B. (1998). Yazyk i religiya. Lekcii po filologii i istorii religij = Language and Religion. Lectures on philology and history of religions: Manual for students of humanitarian universities. Moscow: FAIR. (In Russ.)
3. Nazarov, M. M. (2003) Massovaya kommunikaciya i obshchestvo. Vvedenie v teoriyu i issledovaniya = Mass Communication and Society. Introduction to theory and research. Moscow: Avanti plus. (In Russ.)
4. Cvilling, M. YA. (2007). Ponyatie perevodcheskoj konstellyacii = Concept of translation constellation. In Khaleeva, I. I. (ed.), Tetradi perevodchika (issue 26, pp. 63–72). Moscow: Rema. (In Russ.)
5. Lippmann, W. (2023). The public opinion. Moscow: AST. (In Russ.)
6. Bernays, E. (2023). Crystallizing public opinion. Moscow: AST. (In Russ.)
7. Le Bon, G. (2016). La Psychologie des Foules = The Crowd: A Study of the Popular Mind. Saint Petersburg: Peter. (In Russ.)
8. Danilova, A. A. (2009). Manipulirovanie slovom v sredstvakh massovoj informacii = Manipulation through words in the media. Moscow: Dobrosvet, KDU. (In Russ.)
9. Kamenskaya, O. L. (1990). Tekst i kommunikaciya = Text and communication. Moscow: Vysshaya shkola. (In Russ.)
10. Min'yar-Beloruichev, R. K. (1980) Obshchaya teoriya perevoda i ustnyj perevod = General theory of translation and interpreting. Moscow: Voenizdat. (In Russ.)
11. Leont'ev, A. A. (1999). Psihologiya obshcheniya = Psychology of communication. Moscow: Smysl. (In Russ.)
12. Brandes, M. P. (1990). Stilistik der deutschen Sprache. Moscow: Vysshaya shkola. (In Russ.)
13. Nozhin, E. A. (1989) Masterstvo ustnogo vystupleniya = Oral presentation skills. Moscow. Izdatel'stvo politicheskoy literatury. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Фирстов Михаил Сергеевич

старший преподаватель кафедры немецкого языка и перевода
Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Firstov Mikhail Sergeevich

Senior lecturer at the Department of German and Translation and Interpreting
Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

08.02.2024
15.03.2024
09.04.2024

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication