

УДК 811.111-26.019

DOI <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2022.3.3>**Ліана КОЗЯРЕВИЧ-ЗОЗУЛЯ**

кандидат філологічних наук,  
Київський національний лінгвістичний університет,  
вул. Велика Васильківська, 73, Київ, Україна, 03150  
ORCID: 0000-0003-1894-7713

**Liana KOZIAREVYCH-ZOZULYA**

PhD in Philology,  
Kyiv National Linguistic University, Velyka Vasylkivska 73, Kyiv, Ukraine, 03150  
ORCID: 0000-0003-1894-7713

**ФАСЦИНАТИВНІ ЗАСАДИ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ****FASCINATIVE FOUNDATIONS OF INTERPRETING ACTIVITY**

**Мета розвідки** – висвітлення засад теорії фасцинації, дотичної до формування особистості усного перекладача та розвитку його професійної компетентності.

**Методологія дослідження** ґрунтується на поняттях фасцинації, мовної особистості перекладача та комплексної фахової компетентності перекладача. Феномен фасцинації трактуємо як спосіб оптимізації комунікації різними експансивними сигналами, що націлені на зміст і форму комунікативного повідомлення, впливають на його надійне сприйняття і забезпечують потрібну адекватну реакцію. Водночас мовна особистість усного перекладача визначається як сукупність мовних здібностей/ здатностей та вербальної/невербальної поведінки. До перекладацької компетенції входять взаємопов'язані підкомпетентності зі здатностями, знаннями, мовною поведінкою та навичками. Фасцинативна мовна особистість усного перекладача знаходить вияв в особливих перекладацьких рішеннях, індивідуальному стилі, мовних та мовленнєвих засобах.

**Наукова новизна роботи** полягає у тому, що у ній вперше розглядається феномен фасцинації у контексті вивчення мовної особистості перекладача, пропонуються принципи фасцинації діяльності усного перекладача, доведено роль фасцинації у перекладі. Фасцинація посідає суттєве місце в інформаційному просторі, оскільки здатна модифікувати інформацію, впливає на зміст інформації вербальними і невербальними формами. У цьому сенсі фасцинація є «супутником інформації», тим додатковим фоном, що її підсилює.

**Висновки.** Фасцинація в усному перекладацькому процесі постає як стимулювання, підвищення ефективності сприйняття на рівні реципієнта. Фасцинативні емоційні елементи супроводжують інформаційний компонент повідомлення. Володіння фасцинацією свідчить про комунікативну компетенцію перекладача, який може самопрезентуватися як «професіонал». Фасцинативна мовна особистість усного перекладача характеризується спроможністю керувати враженням, і особлива роль у цьому процесі належить саме першому враженню.

**Ключові слова:** фасцинація, усний переклад, імідж перекладача, артефактуальна фасцинація, голосова фасцинація, перекладацька компетенція.

**The aim of the research** is to highlight the principles of the fascination theory related to the formation of the interpreter's personality and the development of his/her professional competence.

**The research methodology** is based on the concepts of fascination, interpreter's linguistic personality and comprehensive professional competence of an interpreter. The phenomenon of fascination is interpreted as a way of optimizing communication with various expansive signals that target the content and form of the communicative message, affect its reliable perception and ensure the necessary adequate response. At the same time, the linguistic personality of an interpreter is defined as a set of linguistic abilities and verbal/non-verbal behavior. Translation competence includes interrelated sub-competencies with abilities, knowledge, language behavior and skills. The fascicular linguistic personality of an interpreter is manifested in specific translation decisions, individual style, verbal and nonverbal means.

**The scientific novelty of the work** lies in the fact that it is the first to consider the phenomenon of fascination in the context of studying the linguistic personality of an interpreter, to propose the principles of fascination of an interpreter's activity, and to prove the role of fascination in interpreting. Fascination occupies a significant place in the information space, since it is able to modify information, influences the content of information through verbal and non-verbal forms. In this sense, fascination accompanies information, this is an additional background that enhances it.

**Conclusion.** Fascination in the interpreting process appears as a stimulation, increasing the effectiveness of perception at the level of the recipient. Fascinative emotional elements accompany the information component of the message. Mastery of fascination indicates the communicative competence of the interpreter, who can present themselves as a "professional". The fascinative linguistic personality of an interpreter is characterized by the ability to manage the impression, and the first impression plays a special role in this process.

**Key words:** fascination, oral interpreting, interpreter's image, artefactual fascination, voice fascination, interpreter's competence.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** У проєкції практичних завдань сучасне перекладознавство характеризується інтегрованим підходом і перебуває під впливом інших галузей гуманітарних студій – психології, політології, соціології, які визначають діяльність мовної особистості перекладача. До таких завдань потрапляє і феномен «**фасцинація**» (лат. *fascino*), що безпосередньо забезпечує продуктивність перебігу усного перекладу.

Феномен фасцинації трактуємо як спосіб оптимізації комунікації різними експансивними сигналами, що націлені на зміст і форму комунікативного повідомлення, впливають на його надійне сприйняття і забезпечують потрібну адекватну реакцію [10, с. 352].

У широкому сенсі фасцинація являє цілісну семіотичну систему, яка складається із сигналів-ефектів, що здійснюють магічно-чарівливу дію, яка стимулює і мобілізує асоціативно-емоційні складники психіки, миттєво викликає емоційні реакції, збуджує доміанти уваги, інтересу.

У вузькому сенсі фасцинація інтерпретується як суто комунікативне явище [10, с. 350], як спеціально організований вербальний та невербальний вплив, який спрямований на зменшення втрат семантичної і прагматичної важливої інформації, спрямований на максимальний сприятливий ефект на реципієнта для того, щоб встановити особливий комунікативний контакт, застосовуючи симпатію, довіру [10].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Останнім часом увага науковців-перекладознавців прикута до вивчення особливостей усного перекладу, переваг та недоліків, формування особистості усного перекладача [3; 11]. Усний переклад – це комунікативний процес. Це означає, що перекладачі є професійними комунікаторами, які допомагають співрозмовникам розмовляти один з одним. Фасцинація у перекладацькому процесі постає як стимулювання, підвищення ефективності сприйняття на рівні реципієнта. Фасцинативні емоційні елементи супроводжують інформаційний компонент повідомлення. Володіння фасцинацією свідчить про комунікативну компетенцію перекладача, який може самопрезентуватися як «професіонал». Перекладач теж має фасцинувати аудиторію. Для того щоб фасцинувати адресата, переклад повідомлення має набути емоційної забарвленості. Адже фасцинація будується на емоціях. Фасцинація слугує ефективним комунікативним феноменом із інтенціональ-

ною домінантою завоювання уваги адресата, створення позитивного враження через вербальні і невербальні засоби симпатії, захоплення, довіри з метою створення продуктивного перекладацького продукту. Крім того, перекладач повинен створити свій імідж як перекладача. Важливими складниками іміджу усного перекладача є мистецтво спілкування, етикет спілкування, індивідуальний образ, зовнішній вигляд та гарні манери.

**Мета дослідження** – висвітлення засади теорії фасцинації, дотичної до формування особистості усного перекладача та розвитку його професійної компетентності.

**Виклад основного матеріалу.** Фасцинація є близькою до «управління справленим враженням» (термін Е. Гофмана) у вигляді самопрезентації. Питання самопрезентації першим ґрунтовно висвітлив Е. Гофман, який дійшов висновку, що самопрезентація насправді спрямована на управління з боку індивіда враженням, яке він справив, задля контролювання поведінки інших людей, особливо їхніх реакцій [12, с. 200]. Вчений розглядав самопрезентацію як складний феномен – комплексну систему засобів і механізмів впливу на людей та управління враженням [12, с. 5]. Термін «самопрезентація» використовується у науковій літературі також у значенні, коли йдеться про засоби створення та контролю зовнішнього іміджу, тобто враження оточення про себе [7, с. 205].

Фасцинативна мовна особистість усного перекладача характеризується спроможністю керувати враженням, і особлива роль у цьому процесі належить саме першому враженню. Це складний психологічний феномен, який охоплює чуттєвий, логічний та емоційний компоненти. Перше враження фіксує усвідомлені більшою чи меншою мірою узагальнено-оцінні судження про співрозмовника, які неодмінно містять елемент емоційного ставлення до людини, яка виступає суб'єктом сприйняття й оцінки. На основі манери мовлення і поведінки співрозмовника, його реакцій на висловлене і енергетики, яка від нього виходить, формується враження про особистість співрозмовника. За квантитативною оцінкою А. Боричева, перше враження на людину справляють насамперед наші жести, міміка та зовнішній вигляд (55%), потім те, як ми вимовляємо слова (38%) і тільки згодом – слова, які ми використовуємо у розмові (7%) [1, с. 108].

Модель усного перекладу вказує на необхідність врахування фактора фасцинації. Фасцинація притаманна усному перекладу, вона пронизує всі його етапи [8, с. 137]. Фасцина-

ція – це сигнал, який не лише людину байдужою, пробиває будь-які фільтри її психологічної захищеності і захоплює мозок, нервову і гормональну системи, викликає раптову реакцію (позитивну чи негативну), паніку і, оминаючи свідомість, загострює критичність. Знаки і символи фасцинації спираються на найсильніші емоції й почуття: захоплення, переляк, шок тощо.

У разі комунікативного впливу інформаційна комунікація зводиться до мінімуму, відкриваючи простір для фасцинації. Переклад є двостороннім процесом, що охоплює породження мовлення, переклад і його сприйняття [3, с. 143]. Переклад неможливо звести лише до передачі повідомлення та його прийомів. Цілеспрямована передача інформації від одного учасника взаємодії до іншого може здійснюватися безпосередньо – у вигляді імпульсу, який орієнтує сприймальну систему про сенс і значення цих сигналів. Мета перекладача – передати певне повідомлення, а завдання слухача – адекватно сприйняти інформацію.

У перекладацькому процесі логічно виокремити власне інформативний та фасцинативний компоненти. Фасцинація посідає суттєве місце в інформаційному просторі, оскільки здатна модифікувати інформацію, впливає на зміст інформації вербальними і невербальними формами. У цьому сенсі фасцинація є «супутником інформації», тим додатковим фоном, що її підсилює.

Варто мати на увазі, що фасцинація й інформація є самодостатніми, вони не суперечать одна одній, а комбінуються. Проте в аспекті змісту та форми реалізації вони різні: фасцинація – це не зміст, а певні форми. Передача інформації, яка супроводжується порціями фасцинації, є більш ефективною і, як правило, досягає поставленої мети. Чим оригінальніше виражена фасцинація, тим сильніший ефект від неї. І навпаки, повідомлення, позбавлене фасцинації, недостатньо сприймається адресатом. Для успішної комунікації важлива наявність у повідомленні досить сильної фасцинації.

Адекватне сприйняття повідомлення визначається не стільки його реальним змістом, скільки властивістю самого повідомлення – його атрактивністю, іншими словами – фасцинацією, тобто повідомлення несе адресатові не лише інформацію, а й фасцинацію. Якщо інформація, іманентно пов'язана з логікою та аргументацією, вона вимагає осмислення. Фасцинація перебуває у площині інтенсивних емоцій (загострення уваги, здивування, відчуття задоволення та радості, побоювання та

страху тощо) і тим самим викликає сильний емоційний відгук.

На нашу думку, фасцинація поєднується з інформацією, утворюючи єдине ціле, і впливає на адресата паралельно з інформацією. Вони не вступають у протиріччя, а перебувають у єдності, сприяючи оптимізації комунікативного процесу. Можна стверджувати, що комбінування інформації та фасцинації сприяє більшій ефективності інформаційно-фасцинативного впливу. Спільно з інформацією фасцинація творить цілісну систему комунікації.

Перекладач як фасцинатор надсилає атрактивне повідомлення, що приваблює реципієнта. Від того, за допомогою яких засобів ми представляємо себе іншим, від того яке враження складається, залежить успіх перекладацької діяльності.

Основні функції фасцинації перекладача:

1. Функція мобілізації на активну дію.

Фасцинація у цьому аспекті виступає як збудний стимул, сильна мотивація. Фасцинативний сигнал не просто хвилює, а й мобілізує.

2. Функція емоційного захоплення.

У разі впливу фасцинативного сигналу в мозку блискавично формується домінанта, що скеровує роботу нервових центрів. Домінанта накопичує імпульси в центральній нервовій системі, одночасно гальмуючи активність інших центрів.

3. Функція емоційного тону.

Ці функції сприяють виконанню ролей перекладача:

1) діяти як міст для передачі ідей між комунікантами ефективним способом;

2) сприяти спілкуванню між сторонами, які не розмовляють однією мовою;

3) інтерпретувати значення та концепцію з мови оригіналу на мову перекладу видалення або додавання повідомлення;

4) забезпечити семантичну еквівалентність між вихідною та цільовою мовами та зберегти кожен окремий елемент інформації, який міститься в оригіналі повідомлення, у близькій формі, стилі, синтаксисі або на рівні реєстру без спрощення, уточнення або пропусків.

Питання успішності перекладу залишається актуальним. Для ефективності передачі й отримання інформації суттєвим фактором постає увага адресата. Для того щоб досягти ефекту в передачі інформації, варто зважати на обсяг інформації, канал зв'язку, аналізатор самого реципієнта (наприклад, він може бути налаштований на щось інше).

Управління сприйняттям повідомлення відбувається шляхом привернення його уваги,



що «запускає» відповідні механізми емоційного резонансу. Перекладач опиняється перед цілим комплексом потреб: він має завоювати увагу партнера, змусити його слухати і добитися розуміння та правильної реакції.

Саме тому до нової інформації додається певний шум в аналізаторі, який має завадити виконанню інших команд і тим самим створити сприятливі умови для сприйняття потрібної інформації. Цей шум у мозку Ю. Кнорозов підводить під поняття «фасцинація» [4, с. 44]. Шумом, який створюватиме сприятливі умови для сприйняття інформації, може бути будь-що, якщо воно спрямоване на зниження або повне блокування критичності. Одні й ті самі слова в умовах тієї чи іншої ситуації набувають зовсім іншого змісту, який є завжди індивідуально-особистісним: він зароджується у свідомості мовця, але не обов'язково стає зрозумілим слухачеві. Більше того, сама думка спричиняється різними потребами людини. За кожною думкою стоїть мотив, який є «первинною інстанцією» в процесі породження мовлення. Комуніканти спілкуються на рівні розуміння чи нерозуміння.

Вітчизняна дослідниця Т.Ю. Ковалевська сформулювала основні критерії такої вибірковості, а саме:

- Люди сприймають інформацію через фільтр власних інтересів та потреб.
- Люди приділяють увагу лише окремим аспектам інформації, яка їх цікавить.
- Люди часто бачать та чують те, що очікують побачити або почути, а не те, що є насправді [6, с. 224].

Учені в галузі психології довели, що негативні емоції розконцентровують увагу, перешкоджають слуханню, не дають зосередитися, щоб сприймати сказане [1, с. 32]. Причина неувagi під кутом зору психології криється в тому, що вся увага адресата концентрується не на інформації, а на ставленні до нього адресанта. І як результат, виникає захисна реакція, тобто відбувається зсув уваги, який блокує аналізаторську діяльність мозку, і адресовані партнерові слова вже ним не усвідомлюються. Цілком зрозуміло головне: щоб активізувати увагу, необхідно застосувати фасцинацію.

Від того, у який спосіб відбуваються процеси прийому та обробки інформації, наскільки інтенсивно та доцільно діє зворотний зв'язок і демонструється зацікавленість у спілкуванні, великою мірою залежить успішність міжособистісної взаємодії. Успішному підтриманню комунікації сприяють дії з повернення уваги адресата до повідомлення та інтенсифікації його зацікавленості у ньому;

залучення слухача в процес передачі повідомлення та персоналізація цього процесу; перевірка розуміння, ступеня довіри. Ігнорування чинника інтересу та уваги співрозмовника, його реакцій може призвести до зниження якості комунікації, послаблення зворотного зв'язку і, як наслідок, до комунікативного дисбалансу та дискомфорту.

Отже, вважаємо, що фасцинація виступає прийомом оптимізації подачі інформації. Вона налаштовує на приймання інформації, робить її для слухача атрактивною та релевантною, створює відповідну установку, зумовлює рефлексію та вербальний відгук.

Спілкування є складним процесом, пов'язаним із подоланням різноманітних перешкод, з-поміж яких виокремлюють труднощі, деформації та бар'єри [11]. Вони пронизують міжособистісні стосунки, впливають на ефективність обміну інформацією, взаємодію та сприйняття людьми один одного. Невдале продукування або неадекватне сприйняття чи помилкове розуміння інформації спричиняє комунікативну невдачу [11], бар'єри (франц. *barrière* – перешкода). *Повідомлення, сповнене фасцинативних сигналів, змушують адресата налаштуватися на прийом* [9, с. 23]. *Призначення фасцинації полягає в оптимізації комунікативного процесу.*

Принцип фасцинації перекладача становлять п'ять постулатів:

1. Постулат привабливості – *Be attractive* (Будь привабливим).
2. Постулат довіри – *Be trustworthy* (Будь тим, що заслуговує на довіру).
3. Постулат щирого інтересу та поваги – *Express your sincere interest and respect to other people's feelings, choices and rights* (Виражай свій щирий інтерес і повагу до почуттів, виборів і прав інших людей).
4. Постулат прихильності до аудиторії – *Provide magnetic appeal and attraction to others* (Надавай магнетичну прихильність і увагу іншим).

Неабияку роль відіграє *артефактуальна фасцинація* перекладача. У разі формування першого враження артефакти завжди фіксуються адресатом як знак фасцинації або ж відсутності фасцинації.

Крім зовнішності, манер, *голосова фасцинація* перекладача виконує максимально важливу роль у сприйнятті його іншими учасниками перекладацького процесу. Голос – це той інструмент, за допомогою якого перекладач доносить своє повідомлення до аудиторії. Голос перекладача має привернути увагу слухачів, переконати їх. У такому разі розуміння «голосової компетенції» набуває поглибленого

значення. Тон, інтонація спонукають до контакту, що важливо для балансу довіри.

Ще один важливий засіб досягнення фасцинації – погляд [8, с. 24]. На початку перекладу особлива роль належить першому погляду співрозмовника. Свідоме сприйняття перекладача, як правило, започатковує зоровий контакт. Пильний погляд посилює ефект слова, приковує до себе, виконує таку важливу функцію, як емоційне підживлення.

**Висновки і перспективи подальших розвідок.** Отже, фасцинація – складний механізм, який необхідно залучати до процесу перекладу. Особистісна фасцинація перекладача сприяє формуванню його позитивного професійного іміджа. Перспективи подальшого дослідження фасцинативних засад перекладацької діяльності вбачаються в гендерному дослідженні фасцинативного профілю усного перекладача.

### Література:

1. Боричев А. Теория межличностных отношений и когнитивные теории личности. Москва : Прайм-Еврознак, 2007. 128 с.
2. Вайсман Дж. Мастерство презентаций / Пер. с англ. А.Ю. Кураченко. Москва. 2000. 288 с.
3. Зінукова Н.В. Методика формування фахової компетентності усного перекладача у магістрів-філологів : результати експериментальної перевірки. Збірник наукових праць «Педагогічні науки», LXXX (1), 2017. С. 142–147.
4. Кнорозов Ю.В. Об изучении фасцинации. *Вопросы языкознания*. № 1. 1962. С. 42–50.
5. Ковалевська Т.Ю. Елементи НЛП у дослідженнях особистісної лінгвоментальності. *Філологічні науки*. Суми : СДПУ ім. А.С.Макаренка. 1999. С. 58–66.
6. Коваленко О.Г. Чинники атракції у міжособистісному спілкуванні. *Практична психологія та соціальна робота*. № 9. 2008. С. 13–17.
7. Козяревич Л.В. Фасцинація як форма самопрезентації. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*. Випуск 14. КНЛУ. 2012. С. 204–211.
8. Козяревич Л.В. Фасцинація и эмпатия в аспекте перевода. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Языкознание*. Выпуск 9 (669). Москва : ФГОУ ВПО МГЛУ. 2013. С. 136–144.
9. Козяревич Л.В. Фасцинация в коммуникации первого впечатления. *Актуальные вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков* : статьи и материалы четвертой международной научной конференции. Т. 2. Санкт-Петербург : Государственная Полярная Академия. 2012. С. 23–26.
10. Козяревич Л.В. Особливості фасцинативної комунікації. *Наукові записки. Серія «Філологічні науки (мовознавство)»*. Вип. 105(2). Кіровоград : РВЦ КДПУ імені Володимира Винниченка. 2012. С. 350–354.
11. Усний синхронний переклад – найекстремальніший вид перекладу. URL: <https://everest-center.com/usnyj-synhronnyj-pereklad-najekstremalnishyj-vyd-perekladu/>.
12. Goffman E. Presentation of Self in Everyday Life Text. New York : Doubleday Anchor, 1959. 259 p.

### References:

1. Borychev, A. (2007). Teoriya mezhlchnostnyh otnosheniy i kognitivniye teoriyi lichnosti [Theories of interpersonal relationships and cognitive theories of personality]. Moscow [in Russian].
2. Vaisman, J. (2000). Masterstvo prezentaciy [Mastery of Presentations]. Moscow [in Russian].
3. Zinukova, N. (2017). Metodyka formuvannya fahovoyi kompetentnosti usnogo pereklada u magistriv-filologiv: rezultaty eksperementalnoyi perevirky [Methodology of formation of professional competence in oral interpretation in masters-philologists: the results of experimental investigation]. *Zbirnyk naukovykh prac. Pedagogichni Nauky – Collection of Scientific Works. Pedagogical Sciences*. Uzhorod [in Ukrainian].
4. Knorozov, Yu. (1962). Ob izucheniyi fascinacii [About studying of fascination]. *Voprosy Linguistiki. Voprosy yazykoznaneya*. – The issues of Linguistics. Moscow [in Russian].
5. Kovalevska, T. (1999). Elementy NLP v doslidzhennyah osobystisnoyi linguomentalnosti [NLP Elements in investigating personal linguomentality]. *Filologichni Nauki – Philological Sciences*. Sumy [in Ukrainian].
6. Kovalenko, O. (2008). Chynnyki atrakcii u mizhosobustisnomu spilkuvanni [Reasons for attraction in interpersonal communication]. Kyiv [in Ukrainian].
7. Koziarevych, L. (2012). Fascinaciya yak forma samoprezentacii [Fascination as a form of self-presentation]. *Problemy semantky slova, rechennya ta tekstu – Problems of semantics of the word, sentence and text*, 14. Kyiv [in Ukrainian].
8. Koziarevych, L. (2013). Fascinaciya i empatiya v aspekte perevoda [Fascination and empathy in the aspect of translation]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta – Messenger of Moscow State Linguistic University*. 9 (669). Moscow [in Russian].
9. Koziarevych, L. (2012). Fascinaciya v kommunikacii pervogo vpechatleniya [Fascination in the communication of the first impression]. *Aktualnnye voprosy filologiyi i metodiki prepodavaniya inostrnykh*

yazikov – *Topical questions of philology and methodology of teaching foreign languages*. Т. 2. Sankt-Petersburg [in Russian].

10. Koziarevych, L. (2012). Osoblyvosti fascinatyvnoyi komunikacii [Peculiarities of fascinative communication]. *Naukovi Zapysky. Filologichni Nauky – Scientific Notes. Philological Sciences*. 105(2). Kirovograd [in Ukrainian].

11. Usnyi Synhronnyi Pereklad – naiekstremalnishyi vyd perekladu [Oral Simultaneous Interpretation as the most extreme type of translation]. Retrieved from: <https://everest-center.com/usnyj-synhronnyj-pereklad-najekstremalnishyj-vid-perekladu/> [in Ukrainian].

12. Goffman, E (1959). *Presentation of Self in Everyday Life*. New York [in English].