

Поворознюк Р. В.,
доктор філологічних наук,
доцент кафедри ТПП з англійської мови
Інституту філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

МЕДИЧНИЙ ПЕРЕКЛАД ЯК ЗАСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ БІОМЕДИЧНИХ ЗНАНЬ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню стратегій популяризації біомедичних знань у перекладі. Природа медичних текстів корелює із закладеним потенціалом доступних і практично здійснених адаптаційних змін, що визначаються потребами цільової аудиторії, скопосом і ресурсною базою замовників перекладу.

Ключові слова: популяризація, транспортування та імпортування тексту в цільову культуру, етичні й емічні тексти, індигенізація.

Постановка проблеми. Популяризація науки – це процес розповсюдження наукових знань у доступній формі для широкого кола людей, що мають рівень підготовленості для отримання інформації, як правило, нижчий, ніж відповідний рівень підготовленості відправника. Найпоширеніша онтологічна модель популяризації передбачає своєрідний «переклад» спеціалізованих знань мовою малопідготовленого адресата, що не є фахівцем у конкретній галузі знань, яка породжує й контекстуалізує спеціальну інформацію. Виходячи із цього положення, медичний переклад за своєю сутністю є подвійним засобом популяризації знань в інтра- та інтермовній площинах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасне перекладознавство стає дедалі прагматичнішим, намагаючись відповідати запитам суспільства, які деталізуються, ускладнюються, доповнюються, уточнюються, корелюючи з новітніми інформаційними глобальними процесами. Останні вимагають чіткої та однозначної вербальної репрезентації з метою досконалішої комунікації.

Однак поза увагою досі залишаються жанрові особливості перекладу медичних текстів. Так, його концептуалізують як засіб подолання незбігів концептуально-предметних обширів комунікантів [4; 6] або популяризації експертного знання [1]. Шляхи надходження біомедичної інформації до споживача вивчалися в рамках парадигми «імпортування – транспортування» [3], а типологія текстів, відповідно, як дихотомія етичних та емічних

текстів. Е.Т. Черч запропонував революційну теорію покрокової популяризації текстів у перекладі через рух від нульової адаптації до повної індигенізації цільового продукту [2; 5].

Мета статті полягає в тому, щоб виконати комплексний аналіз особливостей двомовної опосередкованої трансляції медичної інформації в перспективі перекладу, що впливають на розвій комунікації «лікар-пацієнт».

Виклад основного матеріалу. Згідно з теоретичною моделлю популяризації науки, запропованою Г. Масером [4, с. 266], адресант (автор) фахової інформації видається авторитетною фігурою, носієм експертних знань і навичок, тоді як цільова аудиторія сприймається ним як «розлога, розсіяна, недиференційована й пасивна» [6, с. 4]. Звідси метафора реципієнта – *tabula rasa*, «чистої дошки невідання, на яку науковці наносять знання» [4, с. 266], що є дуже близькою до концепції адресата в моделі опосередкованого двомовного спілкування, яким є, зокрема, медичний переклад. Власне тому М. Буккі [1, с. 4] не дарма порівнює популяризацію науки з перекладом, а Р. Вітілі описує її як процес відтворення експертного, езотеричного знання «простими словами для широкого вжитку» [6, с. 6].

Свідченням того, що популяризація знань відбулася, є наявність однієї (чи декількох) з нижчеописаних рис:

- розважальний характер викладу інформації, пряма адресованість;
- акцент на унікальності або новаторському характері представлених даних;
- залучення досі не досліджених теорій, теоретико-методологічна новизна досліджень;
- генералізація, спрощення наукових концептів;
- апелювання до адресатів з повним браком або нестачею знань в описаній царині, тлумачення спеціальних термінів;
- синтез нових концепцій інтердисциплінарної спрямованості, методик упровадження або застосування спеціальних знань;
- застосування метафор та аналогій для роз'яснення складних абстрактних концептів.



Рис. 1. Адаптована модель популяризації біомедичної інформації за М. Буккі [1, с. 4]

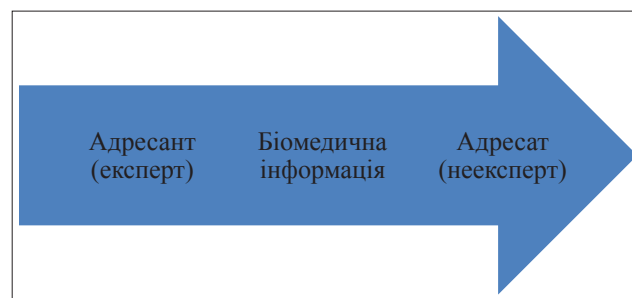


Рис. 2. Модель популяризації біомедичної інформації як односторонньої трансляції знань

Поza тим серед виявів популяризації панівна роль закріплена за спрощенням (симпліфікацією), що поряд з експліцитацією фігурує в переліку універсальї перекладу. Передбачається, що рівень складності (науковості) інформації зменшується в процесі популяризації. Отже, М. Буккі запровадив ще одну метафору популяризації, ототожнивши її з воронкою, в якій широкий отвір відведений експертним знанням, а вузький – знанням реципієнтів [1, с. 4].

Процес популяризації знань традиційно розглядався як одностороння трансляція або дисемінація даних у процесі професійно-непрофесійної комунікації. Звідси твердження про те, що здобуття широким загалом спеціальних знань «має обмежені соціальні наслідки» [6, с. 5].

Основною підставою для критики одностороннього підходу до трансляції знань є граничний поділ на підходи до «транспортування» й «імпортування» тексту в цільову культуру. Згідно з моделлю «транспортування», авторитетне джерело запроваджується в споживачку спільноту так швидко, що реципієнти не встигають якісно адаптувати його або запропонувати аналог, посилюючи інтерференцію західної лінгвокультури [3, с. 29]. Натомість «імпортування» текстів включає певну адаптацію, проте вона є дуже обмеженою внаслідок того, що автори цільової версії вважають, що внесені зміни можуть негативно позначитися на науковому характері й достовірності викладених даних.

Поділ текстів на «етичні» та «емічні» відображає психометричне бачення перекладознавчої дилеми про переважання очуження над одомашненням, репродуктивних стратегій над адаптивними або навпаки. Так, «етичні» конструкти вважаються універсальними й культурно-нейтральними, а отже, більш науковими й достовірними, тоді як «емічні» є етнодевіантними й оригінальними. Надмірне тяжіння до будь-якого із цих полюсів несе в собі інгерентні обмеження.

Радикально-«етичний» підхід до популяризації є етноцентричним, а отже, спрощувальним та узагальненим, і, як будь-яке очуження, збіднює текст у перекладі. Поza тим радикально-«емічний» підхід результує браком міжкультурної зіставності джерельного й цільового текстів.

Цікаво також те, що в психометрії саме «етичний» конструкт пов'язаний із категорією інваріанта, оскільки вимагає «адекватності через універсальність», тобто правильним вважається лише те відтворення, яке є зрозумілим будь-якому реципієнтові. З іншого боку, «нав'язування емічного конструкту» призводить до того, що цінності однієї культури, зазвичай метрополії, застосовуються у вигляді аксіологічних критеріїв в іншій. Подібне явище широко досліджується постколоніальними теоретиками перекладу.

Е.Т. Черч [2, с. 984] пропонує таку таксономію різновидів адаптації наукових текстів у перекладі, кожен із яких він називає «кроками» або рівнями. Передбачається, що виходячи з мети (*skopos*) і доступних ресурсів, автори цільової версії тексту зупиняться на одному із запропонованих кроків або рівнів.

Найнижчий рівень вважається «примусово-етичним» і тому небажаним, хоча й часто неминучим через брак коштів і стислі терміни виконання перекладу. «Примусово-етична» популяризація асоціюється з транскодуванням концептів і практикується в країнах, де освічене населення володіє мовою оригіналу хоча б в обмежених рамках. Так, Індикатор типів особистості Маєрс-Бріггз (*англ.* Myers-Briggs Type Indicator, MBTI) побутує серед психологів Східної Європи (Болгарії, Угорщини, Польщі, Румунії, Сербії, України) в англійській версії [3, с. 36].

На другому рівні популяризації спостерігається лінгвістичний (або спеціальний) переклад, який тяжіє до буквализму й повністю виключає адаптацію. Ці характеристики свідчать про примусову етичність підходу та обмежують імовірність його використання в міжкультурній площині. Другий рівень популяризації швидше є присвоєнням (*adoption*) оригінального тексту.

Індигенізація (або «коренізація») текстів, тобто первинна адаптація їх концептів до цільової культури, є досить спонтанною й не підкріплена жодними додатковими дослідженнями, а отже, має лише випробувальний характер. Наприклад, під час адаптування Шкали МакКарті для перевірки дитячих здібностей у Зімбабве перекладачі зважали на свої уявлення про ступінь знайомості й пізнаваності концептів, а свої гіпотези перевіряли на вчителях молодшої школи (а не на перспективних респондентах) [3, с. 38]. Виходячи з отриманих відповідей, зображення парусного судна були замінені зображенням вантажівки, згадані в тексті пенні – центами, печиво – бісквітами, а сироп – кашею. Отже, певна адаптація спостерігалася, проте вона буда суб'єктивною, а її ефективність залишилася недоведеною.

Індигенізація може бути як привнесеною ззовні (а отже, примусовою), так і виробленою всередині цільової культури. Ознаки індигенізації текстів помітні в зміні (адаптації) формату (рівень 7 у класифікації Е.Т. Черча), тобто оформленні тексту, змісту (рівень 5 у класифікації Е.Т. Черча), тобто словниковому складі, викладі інформації, стратегіях формування концептів і зображальних засобах.

Нерідко трапляється, що медичні тексти, створені для представників західного світу, виявляються занадто складними для розуміння корінного населення, що є першою ознакою потреби в індигенізації (рівень 8). Окрім спрощення, перекладачі вдаються до усного викладу змісту в тих випадках, коли місцеве населення не володіє достатньою грамотністю (не вміє або погано читає, пише тощо). Подібна методика застосовується в роботі з пацієнтами, що мають певні порушення когнітивної діяльності, які заважають ефективному сприйняттю й обробленню інформації.

Найвищим, дев'ятим, рівнем індигенізації позначені цільові тексти, в яких необхідно адаптувати одиниці виміру чи шкалу оцінювання вираженості певної ознаки або частоти виникнення досліджуваного явища. На цьому рівні, так само як і на інших вищих рівнях класифікації Е.Т. Черча, дослідники мають справу з випадками не стільки адаптації, скільки «монтажу» (*assembly*), тобто компонування цільового тексту з нових елементів автохтонного походження [5, с. 165]. Поza тим методика «монтажу» в перекладі медичних текстів має обмежене застосування, оскільки видавці ревно охороняють інтелектуальну власність, забороняючи вносити радикальні зміни в структуру та зміст оригіналів.

Висновки. Отже, медичний переклад є важливим засобом популяризації знань про стан здоров'я і якість життя людини. Вибір його стратегій і тактик відображає ступінь відкритості цільової біомедичної культури до зовнішніх впливів, а також залежить від природи медичного тексту (етичності й емічності), потреби в індигенізації тощо. Адаптація медичних текстів у перекладі має покрокову структуру, де перехід від нижчих рівнів складності на вищі визначається потребами цільової аудиторії, скопосом і ресурсною базою.

Перспективи подальших пошуків у цьому науковому напрямі. Результати дослідження можуть слугувати методологіч-

ним підґрунтям удосконалення практики перекладу медичних текстів і підготовки перекладачів, зокрема у викладанні нормативних дисциплін, а також дисциплін вільного вибору студента, серед яких – «Теорія перекладу», «Техніка перекладу», «Актуальні питання перекладознавства», «Жанрові теорії перекладу», «Науково-технічний переклад», а також спецкурсів із перекладу медичних текстів.

Література:

1. Bucchi Massimiano. Science and the Media: Alternative Routes in Scientific Communication. London: Routledge, 1998. 208 с.
2. Church A. Timothy. Personality measurement in cross-cultural perspective. Journal of Personality. 2001. № 69. С. 984.
3. Iliescu Dragoş. Adapting Tests in Linguistic and Cultural Situations. Cambridge: Cambridge University Press, 2017. 708 с.
4. Myers Greg. Discourse studies of scientific popularization: Questioning the boundaries. Discourse Studies. 2003. № 5 (2). С. 265–279.
5. Walford Geoffrey, Tucker Eric, Viswanathan Madhu. The SAGE Handbook of Measurement. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2010. 648 с.
6. Whitley Richard. Knowledge producers and knowledge acquirers: Popularisation as a relation between scientific fields and their publics.

T. Shinn, R. Whitley (eds.), Expository Science: Forms and Functions of Popularisation. Dordrecht: D. Reidel Publishing, 1985. С. 3–30.

Поворознюк Р. В. Медицинский перевод как средство популяризации биомедицинских знаний

Аннотация. Статья посвящена исследованию стратегий популяризации биомедицинских знаний в переводе. Природа медицинских текстов коррелирует с заложенным потенциалом доступных и практически осуществимых адаптационных изменений, определяемых потребностями целевой аудитории, scoposом и ресурсной базой заказчика перевода.

Ключевые слова: популяризация, транспортировка и импорт текста в целевую культуру, этические и эмические тексты, индигенизация.

Povoroznyuk R. Medical translation as a tool of biomedical knowledge popularization

Summary. The article deals with strategies of popularizing biomedical information in translation. Nature of the medical texts correlates with an embedded potential of accessible and feasible adaptations determined by the target audience needs, scopos and commissioner's resource base.

Key words: popularization, "transport and text" and "import and text", etic and emic texts, indigenization.