

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ПРИ ПЕРЕВОДЕ НАУЧНЫХ И ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

*Левченко Л.П., Белорусский государственный
экономический университет*

Иностраный язык уникален по своим образовательным возможностям. Он несет в себе огромный потенциал, способный внести весомый вклад в развитие человека как индивидуальности. Иностраный язык объективно является общественной ценностью. Он стал своеобразной производительной силой, а иноязычная грамотность – экономической категорией, т.е. реальным фактором, условием прогресса общества.

В настоящее время перевод научных и технических текстов становится массовой профессиональной деятельностью. В связи с этим ставится задача подготовки переводчиков в сфере профессиональной коммуникации. Методика подготовки к данному виду перевода должна учитывать наравне с требованиями точности передачи информации необходимость соответствия коммуникативной цели высказывания, социальные и культурные особенности коммуникантов, ситуацию общения, соблюдение норм литературного языка переводчика и т.д.

В данной статье перевод научных и технических текстов, рассматривается как профессиональная деятельность, направленная на передачу в письменной или устной формах научной и технической мысли с одного языка на другой, с учетом различия между двумя культурными, двумя коммуникативными ситуациями и двумя текстами. Такой взгляд на текст возможен с позиции «дискурса», в основе которого лежит процесс создания/восприятия текста в определенном историческом, социальном и культурном контексте.

При обучении переводу следует учитывать различия между понятиями «эквивалентность» и «адекватность» перевода. Эти понятия отражают различные аспекты переводческого процесса. А.Д. Швейцер считает, что «основным объектом эквивалентности является перевод как результат, тогда как адекватность рассматривает перевод в его процессуальном аспекте», основное внимание при этом уделяется соответствию стратегии перевода коммуникативной ситуации.

При подготовке переводчика научных и технических текстов обучение должно быть направлено на формирование умений воспринимать, анализировать высказывание и выбирать стратегию перевода в соответствии со спецификой переводимого текста и речевой ситуацией, т.е. на адекватность перевода. В этой связи следует согласиться с теми исследователями, которые считают, что перевод возможен не столько на основе сравнения языков, сколько на основе сравнения дискурсов двух или нескольких стран.

Интересующие нас научные и технические тексты рассматриваются в рамках специального дискурса, что позволяет расширить границы анализа научно-технического текста и рассмотреть экстралингвистические факторы, повлиявшие на его создание.

В данной статье приводятся некоторые наблюдения особенностей перевода аутентичных экономических текстов с английского языка на русский на за-

нениях со студентами V курса специальности «Учет, анализ, аудит». Осознание различий в понимании ценностей, концепций, представлений, логики изложения, а также особенностей поведения специалистов в разных странах имеет определяющее значение для понимания студентами специального дискурса.

ИМИДЖ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ КАК СРЕДСТВО ЭФФЕКТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ

Ленгинович Т.И., Белорусский государственный университет

Современные тенденции реформирования образования предъявляют принципиально новые требования к личности учителя. Формирование индивидуального имиджа педагога – один из путей гуманизации образования и повышения эффективности педагогической деятельности.

Имидж как любая педагогическая категория выполняет ряд функций, на основе которых преподаватель строит педагогическое взаимодействие:

В исследованиях В.Н. Черепановой подробно рассматриваются функции индивидуального имиджа педагога. Выделенные автором функции имиджа учителя рассматриваются в контексте педагогического общения в последовательности «учитель как носитель имиджа – канал – знак – значение – смысл – отношение – поведение – личность учащегося».

Коммуникативная функция имиджа педагога заключается в осуществлении взаимосвязи участников образовательного процесса. Передаваемая на вербальном и невербальном уровне знаковая информация, заключенная в имиджевых характеристиках педагога, определяет характер образующейся взаимосвязи.

В единстве с коммуникативной осуществляется *информационная функция имиджа педагога*. Обработка информации, полученной по каналам в виде знаков и их комплексов (знаки, представленные во внешнем виде учителя, в его словах, жестах, мимике и т.д.), возможна за счет того, что за каждым знаком закреплены символы.

Когнитивная функция имиджа педагога направлена на интерпретацию отношения «знак-значение» в целях определения смысла.

Реализация *эмотивной функции индивидуального имиджа педагога* способствует возникновению эмоциональных проявлений аудитории, определяет психологический фон взаимодействия, стимулирует или ослабляет активность участников образовательного процесса в совместной деятельности.

Конативная функция имиджа педагога направлена на согласование и координацию взаимодействий участников образовательного процесса.

Креативная функция имиджа педагога направлена на преобразование учащегося в процессе общения и обеспечивается специальными механизмами психической деятельности, к которым относятся: подражание, эмоциональное заражение, внушение, убеждение.

Личность учащегося находится под постоянным влиянием имиджа педагога, усваивает это влияние в личном опыте в соответствии с доминирующими тенденциями в культуре общения. Причем, чем выше авторитет учителя, тем сильнее это влияние. В контексте общения складывается и проявляется индиви-