

УДК 81'255

DOI 10.47388/2072-3490/lunn2022-60-4-107-123

СПОСОБЫ И СРЕДСТВА ПЕРЕВОДА ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

(на материале книги Д. Карнеги «Как завоевывать друзей
и оказывать влияние на людей»)

Т. Г. Рабенко, А. Г. Фомин, Н. С. Якимова

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

Настоящее исследование выполнено на пересечении двух направлений современной лингвистики: функциональной стилистики и теории перевода. В центре исследования описание способов и средств передачи психологических терминов при переводе. Установлено, что выбор способов и средств перевода определяется особенностями стиля и языка научно-популярной литературы, направленных на привлечение широкой читательской аудитории, поэтому научно-популярный текст являет собой комбинацию диаметрально противоположных характеристик: строгая логика изложения материала сочетается с легким, эмоциональным представлением информации, которое достигается благодаря использованию разнообразных речевых приемов (побудительные предложения, риторические вопросы) и экспрессивных языковых средств. Стил изложения нацелен на привлечение широкой читательской аудитории, что требует простоты изложения, предполагающей минимальное использование узкоспециальных терминов, которые, как правило, сопровождаются объяснением, а при переводе им находят эквиваленты в другом языке. В жанре популярной психологии используются преимущественно общенаучные термины, так как она в первую очередь адресована читателю, который не имеет специальных знаний в области психологии. Кроме того, выбор способа и средств перевода обусловлен и необходимостью сохранить прагматику оригинала.

Ключевые слова: буквальный перевод; описательный перевод; психологический термин; жанр поп-психологии.

Цитирование: Рабенко Т. Г., Фомин А. Г., Якимова Н. С. Способы и средства перевода психологических терминов (на материале книги Д. Карнеги «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей») // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. 2022. Вып. 4 (60). С. 107–123. DOI 10.47388/2072-3490/lunn2022-60-4-107-123.

Methods and Techniques of Translating Psychological Terms (Based on D. Carnegie's *'How to Win Friends and Influence People'*)

Tatyana G. Rabenko, Andrey G. Fomin, Nataliya S. Yakimova
Kemerovo State University, Kemerovo, Russia

This study, carried out at the intersection of two areas of modern linguistics, functional stylistics and theory of translation, focuses on describing the methods and techniques of conveying

psychological terms in translation. It has been established that, in this case, the choice of methods and techniques of translation must be determined by the peculiarities of the style and language of popular science literature, aimed at attracting a wide readership. A popular science text is a combination of diametrically opposed characteristics: a strict logic of presenting the material is combined with a light-toned and emotionally engaging way of conveying information, created through the use of a variety of speech techniques (incentive sentences, rhetorical questions) and expressive language means. The general style, aimed at attracting a wide readership, requires simplicity of presentation and minimal use of highly specialized terms, which, as a rule, are accompanied by explanations and in translation are typically conveyed by equivalents in the target language. In the genre of popular psychology, mainly general scientific terms are used, since such texts primarily cater to readers without special knowledge of psychology. Thus the choice of methods and means of translation in such cases is also dictated by the need to preserve the pragmatics of the original.

Key words: literal translation; descriptive translation; psychological term; genre of pop-psychology.

Citation: Rabenko, Tatyana G., Fomin, Andrey G., Yakimova, Nataliya S. (2022) Methods and Techniques of Translating Psychological Terms (Based on D. Carnegie's *'How to Win Friends and Influence People'*). *LUNN Bulletin*, 4 (60), 107–123. DOI 10.47388/2072-3490/lunn2022-60-4-107-123.

1. Введение

Активная глобализация, возникновение новых каналов коммуникации и общедоступность информации привели к многократному увеличению информационного потока. Ряд ранее труднодоступных источников научных знаний о мире теперь стали открыты всем желающим. Среди работ, вызывающих особый читательский интерес, книги известных зарубежных авторов в области поп-психологии (Д. Карнеги, Р. Кийосаки, Н. Хилла и т. д.), неоднократно переведенные на русский язык.

Однако в силу специфики психологической терминологии тексты на языке перевода могут значительно отличаться друг от друга с лингвистической точки зрения. Главным образом это связано с тем, что тексты научно-популярной психологии характеризуются наличием терминов, принадлежащих к разным терминосистемам. Как следствие, возникает проблема множественного соответствия: один и тот же термин, употребляемый в тексте, может быть переведен по-разному из-за терминологической омонимии в английском языке и наличия ряда эквивалентов в русском языке.

Цель настоящего исследования сводится к установлению способов и средств передачи психологических терминов при переводе произведений научно-популярной психологии.

Данная цель обусловила постановку следующих задач:

1) с опорой на имеющиеся исследования по тематике работы определить особенности жанра «популярная психология»;

- 2) рассмотреть прагмалингвистические особенности перевода текстов научно-популярной психологии;
- 3) определить критерии отбора психологических терминов;
- 4) с учетом существующих лингвистических исследований определить языковые средства, позволяющие адекватно перевести психологические термины.

Гипотеза исследования может быть сформулирована следующим образом: для сохранения прагматики оригинала термины чаще переводятся на русский язык описательно, с использованием общеупотребительной лексики, обладающей коннотативным значением.

Настоящее исследование выполнено на пересечении ряда направлений современной науки о языке. Оно вписывается в контекст функциональной стилистики в той его части, которая направлена на выявление языковых особенностей научно-популярной литературы, установление средства популяризации знаний, используемых авторами таких текстов (Богословская 2001; Дорцуева 2012 и др.). Ученые доказали стилистически интегрированную природу научно-популярного текста. «Относясь к научному стилю, текст содержит научную информацию, а поэтому некоторые элементы собственно научной речи присутствуют и в научно-популярном произведении. Сюда относятся общенаучная лексика и термины. Однако, рассказывая о научном исследовании, автор такого научно-популярного текста, чаще всего, показывает его результат, при этом преднамеренно опускается основная часть логических доказательств и аргументации, поскольку он старается сделать текст и доступным, и увлекательным» (Хомутова, Петров 2013: 39). Научно-популярный текст являет собой комбинацию «полярных стилевых черт: логичности и эмоциональности, объективности и субъективности, абстрактности и конкретности. В отличие от научной прозы в научно-популярной литературе значительно меньше специальных терминов и других собственно научных средств» (Алексеева 2004).

Предпринимаемое исследование разворачивается в лоне переводоведения, включаясь в контекст сложнейшей теоретико-методологической проблемы эквивалентности перевода терминологической лексики (Лемайкина, Свяжина 2012; Хайбулина 2012; Скурихина, Порческу 2016). Л. М. Лемайкина и О. А. Свяжина в статье «Некоторые сложности перевода английских текстов по психологии» отмечают ряд трудностей, которые возникают при работе переводчика над научными текстами. Одна из таких — разграничение терминов и нетерминов. Границы между данными разрядами лексики размыты. Осложняют процесс подбора эквивалентного слова при переводе терминов и так называемые «авторские термины». При использовании в работе «авторских терминов» может теряться некий се-

мантический оттенок или истинное значение, изначально вкладываемое в слово. Случается, что переводчик и сам не всегда может понять смысл придуманного им термина (Лемайкина, Свяжина 2012).

Современная теория перевода обосновывает несколько способов перевода терминологии в различных предметных областях, включая психологию (Попова, Семенова 2016; Скурихина, Порческу 2016; Балыгина, Ермолова 2018). Выработаны несколько способов перевода терминов: транскрипция и транслитерация, дословный перевод (калькирование), поиск семантического эквивалента или функционального аналога, экспликация, комбинация нескольких приемов перевода, полное копирование англоязычного словосочетания (Швейцер 1988; Миньяр-Белоручев 1996). Под средствами перевода в данной работе понимается то, при помощи чего на языке перевода передается информация, содержащаяся в оригинале. Прежде всего это лексические единицы литературного языка и термины.

2. Характеристика материала и методов исследования

В качестве материала исследования выступают контексты, в которых употребляются психологические термины, отобранные методом сплошной выборки из книги Д. Карнеги *How to Win Friends and Influence People* («Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей») и ее двух переводов (переводчики Л. А. Кузьмина и А. А. Поздняков). В ходе исследования отобрано 150 психологических терминов, их соответствия сопоставлены с эквивалентами, выбранными переводчиками. Для точной передачи смысла терминов в языке оригинала и языке перевода авторы работы приводят исследуемые термины в контексте.

В ходе исследования используются методы — общенаучные (метод научного описания) и собственно лингвистические (метод компонентного анализа, дефиниционный анализ, сопоставительный метод). Алгоритм исследования складывается из ряда действий. На первом этапе отбираются фрагменты текста, содержащие психологические термины, и определяются соответствия терминов в переводных текстах. На втором этапе производится дефиниционный анализ словарных статей, посвященных отобранным терминам, с целью дальнейшего выявления наиболее адекватного варианта перевода. На третьем этапе сопоставляются варианты перевода. В завершение исследования подводятся итоги относительно того, какие способы и средства перевода наиболее часто используются при переводе текстов научно-популярной психологии.

3. Результаты исследования и их обсуждение

В последние десятилетия в России жанр поп-психологии становится особенно популярным. Появляется большое количество переводной литературы. Некоторые из книг переведены неоднократно — разными переводчиками, что свидетельствует о востребованности рассматриваемого жанра. Одним из таких примеров является книга Д. Карнеги *How to Win Friends and Influence People*, впервые опубликованная в конце 1936 г. и вошедшая в рейтинг самых продаваемых, число проданных копий превысило 30 млн экземпляров. Произведение претерпело несколько переводов и потому является интересным для исследователя материалом, на основании которого возможно проанализировать, какие способы и средства используются при переводе терминов, употребляемых в текстах научно-популярной психологии.

Обозначим способы перевода психологических терминов, которые обнаруживаются в исследуемом материале. В скобках указано количество терминов, переведенных с использованием конкретного способа.

3.1. Буквальный перевод (транскрипция, транслитерация и калькирование, всего 11 терминов). Таким способом переводятся, как правило, интернациональные термины. «Данные термины имеют особое значение для научного общения специалистов разных стран в любой области социальной деятельности, поскольку они являются общепризнанными формами выражения понятий» (Таранова, Ермакова, Таранов 2016: 55). Наиболее ярким примером использования транслитерации является перевод термина *enthusiasm*:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
« <i>I consider my ability to arouse enthusiasm among my people</i> », said Schwab « <i>the greatest asset...</i> »	Я считаю самым ценным своим качеством умение пробуждать у людей энтузиазм , — сказал Шваб.	«Умение пробуждать энтузиазм , — сказал Шваб, — я считаю самым ценным своим качеством».

Обращение к словарной дефиниции подтверждает, что *enthusiasm* является психологическим термином: *Enthusiasm, n. a feeling of excitement or passion for an activity, cause, or object* (APA).

Использование корней греко-латинского происхождения привело к значительному количеству межъязыковых лексем в научно-технической терминологии. В новых терминологиях интернационализмы образуются за счет заимствований, главным образом из английского языка. Как показывает этимологический анализ данных терминов, даже если в русскую тер-

миносистему психологии они пришли из английского языка, термины все равно восходят к латинским корням, например: *Stress* (n.) с. 1300, 'hardship, adversity, force, pressure,' in part a shortening of Middle English *distress* (n.); in part from Old French *estrece* 'narrowness, oppression,' from Vulgar Latin **strictia*, from Latin *strictus* 'tight, compressed, drawn together,' past participle of *stringere* 'draw tight' (ED).

Значительное количество терминов заимствуется из других терминосистем в результате процесса транстерминологизации (*symptom*, *trauma*, *instinct* и др.), они имеют аналогичные соответствия в русском языке.

Наличие интернациональной лексики существенно облегчает процесс перевода, поскольку объем лексического значения таких терминов практически всегда совпадает в английской и русской терминосистемах психологии. Но даже при наличии в русском языке термина, имеющего внешнюю форму, практически идентичную английскому термину, он может при переводе заменяться общеупотребительным словом. Например, в следующих фрагментах термин *ecstasy* переводится как *восторженно* и *восторженным*:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>...he was off like a shot, racing breathlessly up the hill to greet me with leaps of joy and barks of sheer ecstasy.</i>	<i>...он стремительно вскакивал и, задыхаясь, мчался навстречу, прыгая от радости и восторженно лая.</i>	<i>...он срывался с места и стрелой летел вверх по холму, чтобы приветствовать меня радостными прыжками и восторженным лаем.</i>

В словаре психологических терминов находим следующую дефиницию: *Ecstasy*, n. a feeling of intense pleasure and elation, including that experienced in some mystical states, during orgasm, with aesthetic reveries, and in drug-induced states (APA).

В процессе анализа установлено следующее: если в русском языке такой термин семантически и лексически не сочетается с окружающими его словами, то переводчики могут полностью опускать данный термин в тексте перевода.

3.2. Прием калькирования (всего 20 терминов). По утверждению Я. И. Рецкера, «перевод-калька обычно применяется при передаче значения сложных слов и терминов словосочетаний» (Рецкер 1982: 32). Данное наблюдение находит подтверждение в настоящем исследовании. Напри-

мер, при помощи калькирования переводятся термины *mental disease*, *self-improvement* и др.:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>There are more patients suffering from mental diseases in the United States than from all other diseases combined.</i>	<i>В Соединенных Штатах количество пациентов, страдающих психическими заболеваниями, превышает число всех других больных, вместе взятых.</i>	<i>В больницах Соединенных Штатов число пациентов, страдающих психическими заболеваниями, превышает общее число всех других больных.</i>
<i>She and a group of other women in her church were involved in a self-improvement program.</i>	<i>Она и еще несколько женщин из их церкви участвовали в программе по самоусовершенствованию.</i>	<i>Вместе с несколькими другими женщинами, посещавшими одну церковь, она стала заниматься в кружке по самосовершенствованию.</i>

Рассмотренные примеры демонстрируют, что калькироваться может как морфологическая структура слова (*self-improvement*), так и термин, являющийся по своей структуре словосочетанием (*mental disease*). Оба термина относятся к терминосистеме психологии: см. *Mental disease — an obsolete name for a mental disorder*» (APA).

При переводе термина *sexual gratification* оба переводчика используют кальку, взяв прямые лексические соответствиями в языке перевода:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>She wanted love, sexual gratification, children and social prestige, but life blasted all her hopes.</i>	<i>Она хотела любви, сексуального удовлетворения, детей и социального престижа, но жизнь разрушила все ее надежды.</i>	<i>Она хотела любви, сексуальной удовлетворенности, детей и престижа в обществе, но жизнь обманула ее ожидания.</i>

Анализ фрагментов текстов на языке оригинала и языке перевода показывает, что при наличии у термина устоявшегося перевода-кальки переводчики чаще выбирают именно его:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>...you will find that most of them violate this important canon of common sense.</i>	<i>...в большинстве из них вы не обнаружите даже намек на этот важный закон здорового смысла.</i>	<i>...большинство из них нарушают этот непреложный закон, диктуемый здоровым смыслом.</i>

Обнаружены случаи перевода устоявшегося термина-кальки при помощи свободных словосочетаний, например: *common sense* — *разумный приём, здоровый подход*.

3.3. Функциональный перевод (всего 109 терминов). Основная доля терминов в английском тексте имеет частичные либо абсолютные эквиваленты в русском языке, к примеру: *personality* — *личность*, *anxiety* — *тревога*, *affection* — *привязанность*. Тем не менее даже при наличии устоявшегося эквивалента переводчик может выбрать синонимичное ему слово общеупотребительного языка либо термин из смежной области знания, поскольку для общих психологических терминов характерны множественные соответствия (как в общеупотребительном языке, так и в смежных терминосистемах).

В следующем примере, несмотря на то что термины *affection* и *motives* имеют устоявшиеся соответствия в русской терминосистеме психологии («привязанность» и «мотивы»), переводчики также не всегда использовали термины. Например, А. А. Поздняков использовал вместо терминов синонимичные слова общеупотребительного языка. Следует отметить, что если слово «привязанность» в зависимости от контекста может иметь как положительную, так и отрицательную коннотацию, слово «расположение» имеет только положительное коннотативное значение, что помогает избежать двойственной интерпретации смысла:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>And you know that behind this show of affection on his part, there are no ulterior motives: he doesn't want to sell you any real estate...</i>	<i>И вы знаете, что за этими проявлениями привязанности нет никаких скрытых мотивов: он не хочет вам ничего продать...</i>	<i>И вы отлично знаете, что за всем этим внешним проявлением его расположения нет никаких скрытых причин: он не собирается продавать вам дом...</i>

Affection, *n.* fondness, tenderness, and liking, especially when nonsexual (APA): данная дефиниция демонстрирует, что в английском языке термин *affection* не имеет отрицательной коннотации.

Motive, *n.* 1. a specific physiological or psychological state of arousal that directs an organism's energies toward a goal. 2. a reason offered as an explanation for or cause of an individual's behavior (APA): во втором случае переводчик заменяет психологический термин «мотив» на общеупотребительное слово *причина*, чтобы снизить терминологическую загруженность текста и облегчить его понимание.

3.4. Описательный перевод психологических терминов (всего 10 терминов). Описательный перевод применяется преимущественно для передачи терминов, которые, скорее всего, не знакомы читателю (*mental self-directed conversation* — *разговор с собой в мыслях*, *supportive relationships* — *отношения с поддерживающими друг друга партнерами*). Так, в следующем примере при переводе термина *loyalty* Л. А. Кузьмина использует устоявшуюся кальку *лояльность*, в то время как А. А. Поздняков применяет описательный оборот:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>Showing a genuine interest in others not only wins friends for you, but may develop in its customers a loyalty to your company.</i>	<i>Демонстрация искреннего интереса к другим людям не только позволит увеличить круг ваших личных друзей, но и разовьет в клиентах лояльность к вашей компании.</i>	<i>Проявление искреннего интереса к другим не только позволяет вам приобретать друзей, но и может развить у ваших партнеров приверженность к сотрудничеству с вашей компанией.</i>

Рассмотрим словарную дефиницию: *Loyalty, n. faithfulness and allegiance to individuals or social groups* (APA). Замена термина описательным оборотом, вероятно, помогает переводчику сделать текст более понятным для массовой аудитории.

Аналогичным образом переведен термин *self-esteem*: *Self-esteem, n. the degree to which the qualities and characteristics contained in one's self-concept are perceived to be positive* (APA). В данном примере термин *self-esteem* в обоих вариантах переводится описательно: *чувство собственного достоинства и своего собственного самоуважения*:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>There is nothing I need so much as nourishment for my self-esteem.</i>	<i>Больше всего я нуждаюсь в поддержке чувства собственного достоинства.</i>	<i>Более всего я нуждаюсь в пище для поддержки своего собственного самоуважения.</i>

3.5. Переводческие трансформации. Переводчики используют трансформации на всех языковых уровнях. Например, в следующем отрывке психологический термин *invalid* переводится при помощи функционального аналога *больная*, заимствованного из медицинской терминосистемы путем транстерминологизации:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>For some weeks, the invalid languished; then she got up, put on her clothing, and resumed living again.</i>	<i>Несколько недель больная томилась, а потом поднялась с постели, оделась и вернулась к нормальной жизни.</i>	<i>В течение нескольких недель больная голодала, затем встала, оделась и зажила нормально.</i>

Словарная дефиниция: *Invalid*, 1. *n. a person with a chronic illness or disability who is confined to the home or another environment* (APA). В русском языке данный термин может быть переведен при помощи транслитерации — «инвалид». Данные термины являются эквивалентами, поскольку дефиниция термина *invalid* свидетельствует о том, что имеется в виду человек, который ввиду своей болезни не может свободно передвигаться и вынужден оставаться дома. Однако оба переводчика предпочитают генерализацию термина и привлекают термин *больная*, который может использоваться по отношению ко всем пациентам, страдающим от каких-либо заболеваний, а не только для номинации тех, кто ограничен в передвижении. Кроме того, термин «инвалид» в современных условиях воспринимается как дисфемизм.

В следующем фрагменте Д. Карнеги использует психологический термин *thinking*: *Thinking*, *n. cognitive behavior in which ideas, images, mental representations, or other hypothetical elements of thought are experienced or manipulated. In this sense, thinking includes imagining, remembering, problem solving, daydreaming, free association, concept formation, and many other processes* (APA).

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>Let's cease thinking of our accomplishments, our wants. Let's try to figure out the other person's good points.</i>	<i>Давайте перестанем размышлять о собственных достижениях и желаниях и постараемся оценить положительные стороны других людей. Забудьте о лести...</i>	Фрагмент опущен

Особенностью передачи термина *thinking* в переводе Л. А. Кузьминой является его транспозиция. Субстантивный термин оригинального текста в языке перевода заменяется глаголом. Вместо тяжело воспринимаемой конструкции «прекратим размышление» переводчик использует упрощенный вариант, который не препятствует восприятию информации. В переводе А. А. Позднякова данный фрагмент текста (2 абзаца) отсутствует. В целом для перевода А. А. Позднякова характерно опущение некоторых примеров, которые Д. Карнеги в изобилии использует в своей книге. Об этом свидетельствует и следующий пример:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>Now he does an excellent job and other people give him appreciation and recognition. Honest appreciation got results where criticism and ridicule failed.</i>	<i>Сейчас он справляется блестяще, и все, кто работает рядом, благодарны ему. Искренняя признательность дала результат там, где не помогли критика и насмешки.</i>	Фрагмент опущен (пропущено 2 абзаца оригинала с примером).

В данном случае Д. Карнеги использует термин *recognition* и слово *appreciation*. Рассмотрим дефиницию по словарю психологических терминов: *Recognition, n. 1. a sense of awareness and familiarity experienced when one encounters people, events, or objects that have been encountered before or when one comes upon material that has been learned in the past. 2. the acknowledgment of an achievement by bestowing awards or words of praise (APA).* В тексте оригинала *recognition* и *appreciation* выступают как синонимы, усиливающие эмоциональное воздействие на читателя.

Чтобы не загромождать текст однородными членами, которые не увеличивают выразительность русскоязычного текста, Л. А. Кузьмина в первом случае использует транспозицию частей речи (переход имени су-

ществительного в разряд имен прилагательных), а во втором переводческую трансформацию — добавление (для усиления коннотативного значения добавлено слово *искренняя*). Дефиниция слова «искренний» подтверждает данную мысль: см. «Искренний — выражающий подлинные мысли и чувства; правдивый, откровенный» (Кузнецов 2000: 399). А. А. Поздняков при переводе опускает данный фрагмент.

В следующем примере термин *associates* подвергается генерализации, так как объем его значения входит в объем значения термина *human beings*, поэтому термин переводится при помощи общеупотребительного слова:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>In our interpersonal relations we should never forget that all our associates are human beings and hunger for appreciation. It is the legal tender that all souls enjoy.</i>	<i>В межличностном общении мы никогда не должны забывать, что рядом с нами люди, ждущие признания. Это законная порция тепла, которого жаждет каждая душа.</i>	<i>В межличностных отношениях вы никогда не должны забывать, что общаетесь с людьми, остро нуждающимися в том, чтобы их оценили по достоинству. Оценка по достоинству — это законное платежное средство, применяемое в общении, и расплачиваться им необходимо со всеми.</i>

Associate, 1. *n. something that accompanies or is categorized with something else.* 2. *n. a friend, partner, colleague, or accomplice* (APA).

При анализе данного примера следует обратить внимание и на перевод термина *interpersonal relations*. При его переводе также подтверждается мысль о множественности эквивалентов. Обозначенный термин переводится как *межличностном общении* и *межличностных отношениях*.

Одним из ключевых слов, повторяющихся на протяжении всей книги-оригинала, является слово *appreciation*. Установлено, что даже в рамках одного текста перевода переводчики переводят его по-разному. В предыдущем примере *appreciation* — это *признание* и *оценить по достоинству*. В следующем примере данное слово переводится *благожелательная оценка*, *умение ценить* и *похвала*:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>Sincere appreciation was one of the secrets of the first John D. Rockefeller's success in handling men.</i>	<i>Одним из секретов успеха Рокфеллера в управлении людьми была его искренняя благодаря оценка их деятельности.</i>	<i>Умение искренне и высоко ценить людей было одним из секретов успеха Джона Д. Рокфеллера в обращении с людьми.</i>
<i>Knowing the value of appreciation and confidence, he made women feel beautiful by the sheer power of his gallantry and consideration.</i>	<i>Зная всю важность похвалы и доверия, Зигфельд своим галантным, предупредительным обращением заставлял женщин чувствовать себя красавицами.</i>	<i>Зная всю силу похвалы и уверенности, Зигфельд был столь галантен и обходителен с женщинами, что одним этим он достигал того, что они чувствовали себя настоящими красавицами.</i>

Второй фрагмент демонстрирует, что переводчики, как правило, не применяют отдельные трансформации. Обычно используются комплексные преобразования на всех уровнях (лексическом, грамматическом, синтаксическом). Например, преобразование обстоятельства образа действия (*by the sheer power of his gallantry and consideration*) в составное именное сказуемое (*был столь галантен и обходителен с женщинами*), замена местоимения именем собственным (*he* — Зигфельд), замена части речи (*beautiful* — красавицы) и т. д.

О вариативности в рамках перевода психологических терминов говорит наличие у одного и того же термина нескольких синонимов, взятых из общеупотребительного языка. Например, однокоренные термины *insane* и *insanity* переводятся как *сойти с ума*, *безумные грезы*, *помешательство*, *умопомешательство*:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>Some authorities declare that people may actually go insane in order to find, in the dreamland of insanity, the feeling of importance that has been denied them in the harsh world of reality.</i>	<i>По утверждению некоторых авторитетных специалистов, люди иногда действительно сходят с ума, пытаясь в мире безумных грез обрести сознание значительности, которого были</i>	<i>Некоторые авторитетные специалисты утверждают, что люди действительно могут сойти с ума для того, чтобы в сказочном мире безумных грез обрести это самое чувство значимо-</i>

<i>What is the cause of insanity?</i>	<i>лишены в суровом реальном мире. Каковы причины помешательства?</i>	<i>сти, которое оказалось недостижимым в жестоком реальном мире. Какова же причина умопомешательства?</i>
---------------------------------------	---	---

В русском языке слова «безумный», «помешательство» и «умопомешательство» имеют выраженную отрицательную коннотацию. Таким образом, даже в рамках одного контекста один и тот же термин может переводиться в жанре поп-психологии по-разному. При переводе зачастую используются слова общеупотребительного языка, имеющие коннотативное значение.

Возможности комплексной переводческой трансформации можно проследить и в следующем примере, где термин *talented* переведен как *уникальные способности* и *редкий по своей остроте*:

Д. Карнеги	Л. А. Кузьмина	А. А. Поздняков
<i>Nature had given Stevie a remarkable pair of ears to compensate for his blind eyes. But this was really the first time Stevie had been shown appreciation for those talented ears.</i>	<i>Как компенсацию за слепоту природа дала ему удивительно тонкий слух, но впервые в жизни Стива кто-то оценил его уникальные способности.</i>	<i>У него же был редкий по своей остроте слух, компенсировавший его слабое зрение. Тогда впервые по достоинству был оценен необычайно тонкий слух Стиви Морриса.</i>

Talented — describing children who display a level of intelligence significantly above average, special abilities (APA).

Ни в одном из рассмотренных переводов данный термин не переводится как «талантливый», так как в русском языке этот термин не сочетается со словом «уши». Поэтому оба переводчика используют описательный перевод. Кроме того, психологический термин *blind* переводится как *слепота* и *слабое зрение*. Если в первом случае используется функциональное соответствие, то во втором — конкретизация. Слепой ученик не мог учиться в обычном классе, поэтому переводчик при помощи логического развития заменил термин, означающий полное отсутствие зрения, на словосочетание, обозначающее частичное наличие признака (*слабое*). Как показывает дефиниция термина *blind*, наличие зрения полностью отрицается: *Blind, adj. 1. denoting a lack of sight* (APA).

Более того, оба переводчика используют преобразования на синтаксическом уровне: Л. А. Кузьмина объединяет два простых предложения в сложносочиненное, а А. А. Поздняков производит замену главных членов предложения (*nature had given* — *был слух*).

Таким образом, для максимально точной передачи прагматики перевода переводчики используют не отдельные переводческие трансформации, а целый ряд приемов, которые обуславливают использование друг друга.

4. Выводы

В результате исследования установлено, что в жанре научно-популярной психологии используется минимальное количество терминов, преимущественно общенаучные термины, значения которых хорошо известны читателю. При переводе термины чаще заменяются общеупотребительными словами, имеющими коннотативное значение.

С целью передачи узкоспециальных терминов, редко встречающихся в тексте, используется описательный перевод.

С учетом наличия у психологических терминов множества соответствий как в терминосистеме психологии, так и в общеупотребительном языке, возникновения на этой основе обширных синонимических рядов появляется возможность выбора наиболее подходящей единицы. Установлено, что в текстах на языке перевода термины встречаются реже, чем в тексте оригинала, поскольку переводчики преобразуют большую часть терминов в нетерминологические сочетания либо заменяют их общеупотребительными словами.

Список литературы / References

- Алекеева И. С. Введение в переводоведение. М.: Академия, 2004. [Alekeeva, Irina S. (2004). *Vvedenie v perevodovedenie* (Introduction to Translation Studies). Moscow: Akademiya. (In Russian)].
- Балыгина Е. А., Ермолова Т. В. Проблема перевода английских психологических терминов на русский язык // Современная зарубежная психология. 2018. Т. 7. № 1. С. 85–94. [Balygina, Elena A., & Ermolova, Tatiana. V. (2018) Problema perevoda angliiskikh psikhologicheskikh terminov na russkii yazyk (The Issue of Translating English Psychological Terms into Russian). *Journal of Modern Foreign Psychology*, Vol. 7, 1, 85–94. (In Russian)]. DOI:10.17759/jmfp.2018070110.
- Богословская И. В. Научно-популярный текст: сложность понимания: Дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2001. [Bogoslovskaya, Inna V. (2001) *Nauchno-populyarnyi tekst: slozhnost' ponimaniya* (Popular Science Text: the Difficulties of Understanding): PhD Thesis in Philology. Moscow. (In Russian)].
- Дорцужева Н. И. Лингвостилистические особенности научно-популярных медицинских текстов: Дис. ... канд. филол. наук. Бишкек, 2012. [Dortsueva, Natalia I. (2012)

- Lingvostilisticheskie osobennosti nauchno-populyarnykh meditsinskikh tekstov* (Linguistic Features of Popular Science Medical Texts): PhD Thesis in Philology. Bishkek. (In Russian)].
- Лемайкина Л. М., Свяжина О. А. Некоторые сложности перевода английских текстов по психологии // Язык. Культура. Общество. 2012. № 4. С. 12–15. [Lemaikina, Lyudmila M., & Svyazhina, Olga A. (2012) Nekotorye slozhnosti perevoda angliiskikh tekstov po psikhologii (Certain Difficulties in Translating English Psychological Texts). *Yazyk. Kul'tura. Obshchestvo*, 4, 12–15. (In Russian)].
- Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода. М.: Московский лицей, 1996. [Min'yar-Beloruchev, Ryurik K. (1996) *Teoriya i metody perevoda* (Theory and Methods of Translation). Moscow: Moskovskii Litsei. (In Russian)].
- Попова Е. Е., Семенова М. Ю. Безэквивалентные термины и их передача при переводе специальных текстов // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2016. № 2. С. 36–45. [Popova, Elizaveta E., & Semenova, Marina Yu. (2016) Bez-ekvivalentnye terminy i ikh peredacha pri perevode spetsial'nykh tekstov (Non-equivalent Terminology and Its Interpretation in Specialized Translation). *PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin*, 2, 36–45. (In Russian)].
- Рецкер Я. И. Пособие по переводу с английского языка на русский язык. М.: Просвещение, 1982. [Retsker, Yakov I. (1982) *Posobie po perevodu s angliiskogo yazyka na russkii yazyk* (Book on Translation from English into Russian). Moscow: Prosveshchenie. (In Russian)].
- Скурихина О. В., Порческу Г. В. Английская психологическая терминология и способы ее перевода // Достижения вузовской науки. 2016. № 23. С. 173–177. [Skurikhina, Olga V., & Porchesku, Galina V. (2016). Angliiskaya psikhologicheskaya terminologiya i sposoby ee perevoda (English Psychological Terminology and the Methods of Its Translation). *Dostizheniya vuzovskoi nauki* (Achievements of Modern Science), 23, 173–177. (In Russian)].
- Таранова Е. Н., Ермакова Л. Р., Таранов А. О. Интернациональные термины как объект лингвистического исследования (на материале терминов ландшафтоведения в русском и немецком языках) // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2016. № 21 (242). С. 54–63. [Taranova, Elena N., Ermakova, Larissa R., & Taranov, Aleksey O. (2016). Internatsional'nye terminy kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya (na materiale terminov landshaftovedeniya v russkom i nemetskom yazykakh) (International Terms as an Object of Linguistic Research (the Example of Landscape Terms in Russian and German Languages)). *Belgorod State University Scientific Bulletin. Humanities*, 21 (242), 54–63. (In Russian)].
- Хайбулина Г. Н. Структурно-семантические особенности психологической терминологии в современном русском языке: Дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2012. [Khailulina, Gaysha N. (2012). *Strukturno-semanticheskie osobennosti psikhologicheskoi terminologii v sovremennom russkom yazyke* (Structural and Semantic Features of Psychological Terminology in Modern Russian Language). PhD Thesis in Philology. Ufa. (In Russian)].
- Хомутова Т. Н., Петров С. Г. Научно-популярный текст: интегральная модель // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. 2013. Т. 10. № 2. С. 37–41. [Khomutova, Tamara N., & Petrov, Sergey G. (2013). Nauchno-populyarnyi tekst: integral'naya model'

(Popular Science Text: Integral Model). *Bulletin of South Ural State University. Series: Linguistics*, Vol. 10, 2, 37–41. (In Russian)].

Швейцер А. Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. М.: Наука, 1988. [Shveitser, Aleksandr D. (1998) *Teoriya perevoda: status, problemy, aspekty* (Theory of Translation: Status, Problems, and Issues). Moscow: Nauka. (In Russian)].

Словари / Dictionaries

Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. СПб: Норинт, 2000. [Kuznetsov, Sergey A. (2000) *Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka* (A Big Explanatory Dictionary of Russian). Saint Petersburg: Norint. (In Russian)].

APA — *Dictionary of Psychology* (2022, October 15). Retrieved from <https://dictionary.apa.org/>.

ED — *Etymological Dictionary* (2022, October 15). Retrieved from <https://www.etymonline.com/>.

Источники языкового материала / Language material resources

Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей / Перевод с англ. А. А. Позднякова. М.: Евро-пресс, 2004. [Carnegie, Dale. (2004). *Kak zavoeyvat' druzey i okazyvat' vliyanie na lyudey* (How to Win Friends and Influence People) / Pozdnaykov, A. A. (trans.). Moscow: Evro-press. (In Russian)].

Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей / Перевод с англ. Л. А. Кузьминой. Минск: Попурри, 2020. [Carnegie, Dale. (2020) *Kak zavoeyvat' druzey i okazyvat' vliyanie na lyudey* (How to Win Friends and Influence People) / Kuzmina, L.A. (trans.). Minsk: Popurri. (In Russian)].

Carnegie, Dale. (2009) *How to Win Friends and Influence People*. L.: Ebury Publishing.