

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ІНФОРМАТИВНОСТІ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ

Будь-який художній текст повинен вирізнятися психолінгвістичними характеристиками, що свідчать про його повноту й довершеність. На думку В. П. Беляніна [1], Н. В. Чепелевої [2], до таких характеристик належать зв'язність, цілісність, структурність, подільність, інформативність, діалогічність.

Інформативність тексту – це здатність тексту нести в собі певне повідомлення. Категорія інформативності існує у нерозривному взаємозв'язку з іншими текстовими категоріями і розглядається під час аналізу текстів у контексті інформації, яка закладена у змістовому його повідомленні. Інформативність тексту може бути представлена внутрішнім змістом того чи іншого повідомлення, так би мовити підтекстом [3: 218]. Підтекст – це і є внутрішній зміст висловлювання, що не виражається словами, а передається додатковими стилістичними значеннями мовних одиниць [4].

Відомо кілька класифікацій видів інформації. І. С. Алексеєва визначає три види інформації, які відіграють важливу роль для перекладу художнього тексту: когнітивну, естетичну та емоційну.

Когнітивна інформація слугує базовими цеглинками для побудови змісту тексту й ототожнення його з дійсністю в процесі сприйняття, проте навіть у художньому тексті вона включена в художню реальність і підпорядкована їй [5: 114]. У контексті зіставлення когнітивної інформації з мовними засобами цей вид інформації є найлегшим для інтерпретації перекладача іншою мовою. Адже певні дати, терміни, універсальні факти рідко мають культурну специфіку, тому в мові оригіналу знаходять собі прямий відповідник.

Важливими постають питання про мовне вираження всіх трьох типів інформації. Естетична інформація в мові передається стилістичними засобами, наприклад, метафорами, метонімією, епітетами, повторами, гіперболами, порівняннями тощо.

Когнітивна інформація презентує винятково об'єктивну, повну та незалежну передачу відомостей про дійсність. Метою когнітивної інформації є інформування адресата. Чистота когнітивної інформації забезпечується блокуванням усіх інших типів інформації. Це блокування, зазначає І. С. Алексеєва [5: 142], здійснюється завдяки точному вибору мовних засобів. До них належать нормативна для писемного мовлення нейтральна лексика, терміни. Отже, мовні засоби виключають будь-які елементи емоційної інформації та естетичної, адже естетична, як зазначено вище, містить у собі емоційну. Переважання когнітивної інформації зумовлює жанрову специфіку тексту [6]. До них належать наукові, науково-технічні, юридичні й інші види текстів діловодства.

Емоційна інформація дає змогу створити позитивне ставлення до змісту інформації з боку адресата. Вона виражена емоційно забарвленою лексикою, наприклад, прикметниками у формі вищого та найвищого ступенів порівняння.

Д. Блейкмор розподіляє види інформації на процедурну і концептуальну [7: 332]. Концептуальна інформація дає поштовх до утворення концептуальних репрезентацій, які забезпечують підґрунтя умовивідним процесам під час інтерпретації висловлювань. Натомість процедурна інформація обмежує умовивідні реакції на концептуальні репрезентації. Основне навантаження для розуміння має процедурна інформація, оскільки вона дає змогу інтерпретатору правильно встановити причинно-наслідкові зв'язки.

Н. В. Чепелева [2: 45] розрізняє когнітивну, рефлексивну та регулятивну види інформації. Когнітивна інформація містить фактологічні й теоретичні елементи. Це повідомлення про події, теоретичні положення тощо. Когнітивна інформація забезпечує значеннєвий рівень тексту.

Завдання рефлексивної інформації – передати реципієнту авторське розуміння відношень між явищами, фактами, думками, викладеними в когнітивній інформації. Рефлексивна інформація містить концептуальний пласт: авторське розуміння відношень між фактами, подіями тощо; експресивний пласт, що виражає авторське ставлення та оцінку різним положенням у тексті; індексальний пласт, що вказує на певні характеристики автора, роль, яку він відводить собі в цьому творі (зацікавлений, байдужий оповідач, опонент тощо). Рефлексивна інформація не завжди явно викладена в тексті, часто інтерпретатору необхідно докласти додаткових зусиль, щоб її знайти. Водночас вона необхідна для розуміння тексту.

Основною функцією регулятивної інформації є управління сприйманням і розумінням тексту. Ця інформація дає змогу реципієнту структурувати інформацію, оскільки містить маркери початку й кінця різних смислових фрагментів, установити зв'язки між останніми, спрогнозувати подальші події. Також до функції регулятивної інформації належить підтримка інтересу до тексту на різних етапах його сприйняття. Отже, когнітивна інформація (фактологічна і теоретична) представляє власне текст; рефлексивна (концептуальна, експресивна, індексальна) – автора; регулятивна (антиципуюча і ретроципуюча) – інтерпретатора.

Кожен тип інформації може бути виражений експліцитно й імпліцитно. Когнітивна інформація, що охоплює конкретні факти та теоретичні положення, на експліцитному рівні містить відомості про себе, посилання на власну думку, на думку авторитетів, цитати. Імпліцитний рівень утримує в собі приховані натяки, цитати, ремінісценції.

Рефлексивна інформація на експліцитному рівні має риторичні запитання, вигуки, оцінювальні судження, авторський коментар, емоційно-експресивні засоби (повторення, перебільшення і т. ін.); на імпліцитному рівні трапляється використання іншостильових елементів, загальний емоційний тон, бібліографічні посилання. Індексальний пласт містить на експліцитному рівні узагальнювальні судження, явне вираження власної позиції, текстові паузи; на імпліцитному – логічну структуру тексту, смислову структуру тексту (глибинні мотиви). Регулятивна інформація на експліцитному рівні містить звернення до читача, звернення до відомих подій, декларовану зміну теми, знакову наочність, членування висловлювання, запитання, які змінюють тему; на імпліцитному – приховані запитання, порушення очікування читача, введення уявних персонажів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Белянин В. П. Психолінгвістика / В. П. Белянин. – М. : Флінта, 2008. – 232 с.
2. Чепелева Н. В. Психологія читання тексту студентами вузів / Н. В. Чепелева. – К. : Либідь, 1990. – 98 с.
3. Дячук Н. В. Ознаки вираження психолінгвістичних характеристик художнього тексту / Н. В. Дячук // Психолінгвістика : [зб. наук. праць ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди”]. – Переяслав-Хмельницький: «Видавництво КСВ», 2014. – Вип. 16. – с. 211-220
4. Єрмоленко С. Я. Українська мова : короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / С. Я. Єрмоленко, С. П. Бибик, О. Г. Тодор. — К. : Либідь, 2001. – С. 222
5. Алексеева І. С. Професійний тренінг перекладача : [навч. посіб. по усному і письмовому перекладу для перекладачів і викладчів] / І. С. Алексеева. – СПб. : Союз, 2001. – 288 с.
6. Olohan M. Commercial Translation / M. Olohan // Handbook of translation studies. – John Benjamins, 2010. – P. 41–44
7. Blakemore D. Are apposition markers discourse markers? / D. Blakemore // Journal of Linguistics. – 1996. – Vol. 32, № 2. – P. 325–347.