

**Євгенія Сінченко, кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри іноземних мов факультету  
міжнародних відносин Східноєвропейського  
національного університету імені Лесі Українки**

## **ІНФОРМАТИВНА СТРУКТУРА ТЕКСТУ ТА ПЕРЕКЛАД**

Переклад із самого початку виник як форма інтелектуальної інтерпретаційної діяльності людини, а саме як засіб герменевтики: пояснення, трактування священних текстів. Сьогодні ж він сприяє розширенню світового інформаційного простору, посиленню процесів мовної та культурної взаємодії, масовому забезпеченню доступу до інформації та світових інтелектуальних надбань, глобалізації світу в цілому [2, 16].

Поняття комунікативного значення тексту розглядає у своїй праці німецький вчений Гертвір. Лінгвіст пропонує розрізняти «мовний текст» як мовне формування, значення якого постає зі значень складових його мовних одиниць, та «мовленнєвий текст», що виникає під час поміщення мовного тексту в конкретний комунікативний стан під час конкретного акту спілкування. Комунікативна значущість мовленнєвого тексту складається зі значення мовного тексту, що є в його основі (лінгвістична частина) та екстралінгвістичної частини. Лінгвістична частина виражена експліцитно, а екстралінгвістична існує в імпліцитній формі та залежить від когнітивних можливостей адресата, які складаються з його сукупних енциклопедичних знань предмета, про які йде мова в акті спілкування, та знань комунікативної ситуації. Текст є предметом перекладу – джерелом перекладацької проблематики [3].

Текст (латинське *textum* – сплетіння, тканина) – це комплекс елементів, тісно пов'язаних між собою. З одного боку, він містить у собі як елементи *константні*, постійні, ті, що закріплені у вжитку, так звані узуальні, так і елементи *оказіональні*, контекстуальні. Це пов'язано з існуванням дихотомії “мова – мовлення”. Перша об'єднує усю сукупність лексичних елементів (словниковий запас) певної мови та сукупність граматичних правил їх поєднання, друга представляє практичне їх функціонування у певній конкретній комунікативній ситуації, що тісним чином обумовлене умовами комунікації, особистостями співрозмовників, їх конкретними авторськими намірами тощо.

З іншого боку, текст містить у собі інформацію, яку можна відносно, чисто із аналітичною метою, розділити на два рівні, а саме:

1) власне інформацію – інформацію *денотативного* змісту (латинське *denoto* – позначаю, предметне значення імені, знака), тобто те, що називається вказаним іменем, семантичну інформацію, що описує явища, події реального та віртуального світу: інформацію про предмети, особи, ідеї, факти світу, що нас оточує та про ті ментальні феномени, які відбуваються у нашій свідомості. Не існує нічого у світі, що не мало б свого позначення, вираження у мові. Навіть відсутність змісту має своє відповідне словесне вираження. Так, абсурд в англійській мові – *nonsense*, іспанській – *non-sens, absurdo*, французькій – *non sens*.

2) *конотативну* інформацію (латинське *connotatio (con + noto)* – відмічаю, позначаю – додаткове, супутнє значення мовної одиниці чи категорії; містить у собі семантичні та стилістичні аспекти, пов'язані із основним значенням: інформацію емоційно-оціночну, афективну, експресивну. Вона є не менш важливою, ніж зміст денотативної інформації, бо саме вона іноді відіграє найважливішу роль для забезпечення виникнення відповідної реакції адресата мовлення. А будь-яка інформація денотативного змісту може набирати багатьох форм завдяки саме інформації конотативного змісту. Наприклад, інформацію про те, що йде дощ, ми можемо передати як нейтрально, не висловлюючи свого відношення до неї, так і висловити своє позитивне чи негативне ставлення, захоплення, відразу тощо.

Деякі дослідники виділяють ще третій рівень інформації – прагматичний [2]. Проте, на наш погляд, така інформація є особливою складовою у надзвичайно складному переплетінні тексту, у чиему підпорядкуванні одночасно знаходяться два інших вищеназваних рівня інформації: денотативної та конотативної.

Знову ж таки, чисто умовно у складі конотативної інформації для полегшення її декодування варто виділити наступні різновиди:

1) Інформація *соціолокальна* (соціогеографічна) – уточнює сферу вживання слова. Вибір мовних засобів диктується стилем, що відповідає одній із сфер людської діяльності, соціальних відносин. Останнім притаманний власний словниковий набір та сукупність граматичних правил. Таким чином, розрізняють нейтральні слова (наприклад, укр. *природа*, англ. *plant* – рослина, ісп. *casa* – дім, нім. *Baum* – дерево, фр. *pain* – хліб, польск. *drewo* – дерево; наукові слова (наприклад, укр. *дебім*, англ. *first source*, ісп. *origen* та нім. *Urquelle* – першоджерело, фр. *Taxe à la Valeur Ajoutée* – податок на додану

вартість, польск. *bezokolicznik* – неозначена форма дієслова; професіоналізми (наприклад, укр. *калькуляція*, ісп. *gemífero* – руда, що містить дорогоцінне каміння, фр. *mangeoire* – пристрій для годівлі худоби; розмовну лексику (наприклад, укр. *малеча*, англ. *kid* – дитина, фр. *flic* – поліцейський, польск. *gadać* – балакати; діалектизми та регіоналізми (наприклад, укр. *ровер* – західноукраїнське: велосипед, *гуляти* – центральноукраїнське: бавитися, *нісок* – східноукраїнське: цукор-пісок), англ. *lass* – дівчина, *lad* – хлопець, ісп. *hombrecillo* (Мексика) – хлопча, фр. *char* – таксі (Канада), польск. *johas* – пастух .

Такого роду конотативну інформацію слід максимально зберігати у перекладі, оскільки вона характеризує соціальне середовище, осіб, місця, країни, регіони тощо. При її опущенні текст-переклад втратить еквівалентність текстові-оригіналу та відповідність авторському замислу мовця.

2) Інформація *соціокультурна* описує реалії географічного, історичного, політичного, економічного, культурного плану, соціальної практики: укр. *Революція гідності*, ісп. *macagüita f* – вид пальми, що росте у Венесуелі, фр. *Troubadours* – бродячі у давнину артисти, *trente glorieuses* – тридцять років економічного підйому Франції після Другої світової війни.

3) Інформація *хронологічна* фіксує слова та граматичні форми як такі, що є узуальними, вживаними у даний відрізок часу, чи такі, які вийшли із вжитку, застаріли, стали архаїчним, або ж як нові, що увійшли в ужиток недавно, стали неологізмами: укр. застаріле *свитка*, сучасне *супермаркет*, нове *бакалавр*; англ. *lovel* – ледачий хлопець (застаріле); ісп. застаріле *carroza* – карета, сучасне *floriocultura* – квітництво; нім. архфічне *Losel* – ледащо; фр. історизм – *guillaotine* (гільйотина), сучасне *minitel* (електронна довідкова служба).

4. Інформація *асоціативна* (образна) більшою мірою характеризує тексти літературні, зокрема поетичні, де форма створює образ, фразеологізми. Образ спонукає шукати відповідник у іншій мові. Порівняймо: укр. *Немає диму без вогню*, рос. *Нету дыма без огня* та *Лес рубят- щепки летят* (дослівно: ліс рубають, скалки летять), англ. *There is no smoke without fire*, ісп. *Por el humo se sabe donde está el fuego* (дослівно: по диму бачать, де вогонь), нім. *Kein Rauch ohne Feuer* (дослівно: немає диму без вогню), фр. *Pas de fumée sans feu* та *On ne peut pas faire une omelette sans casser un oeuf* (дослівно: не можна приготувати омлет, не розбивши яйця), польск. *Niema dymu bez ognia* (дослівно: немає диму без вогню).

Переклад цієї інформації – річ дуже делікатна, адже кожному народу притаманні свої власні словоформи, пов'язані з певними, специфічними образами. І не завжди у словнику можна відшукати слово-відповідник, еквівалент даного асоціативного образу. Тропи: порівняння, метафори тощо відсилають нас не завжди до денотату, але частіше до суб'єктивного сприйняття та відтворення мовцем.

5. Інформація *аллюзивна* представлена словом чи словосполученням, через значення, зміст яких робиться натяк на певний якийсь факт, якість тощо. Ця інформація дуже близька до змісту інформації соціокультурної, проте на відміну від останньої, значення якої є зафіксованим у словнику, аллюзивна інформація не фіксується у словнику, є контекстуальною, а отже okazіональною. Декодування її змісту базується на знанні загальновідомих для певної мовної спільноти фактів, відомих осіб, добре знаних персонажів тощо. Наприклад: *Дон Жуан* (про молодого ловеласа), *Наполеон* (про амбіційну людину), *Паваротті* (про людину з визначним голосом). У росіян *Пушкін*, а у англійців *Шекспір* може у певному контексті сприйматися як натяк на поетичний дар людини з позитивною, негативною чи нейтральною конотацією.

6. Інформація *функціональна*, суть якої полягає у тому, що усі слова, зафіксовані у словнику тієї чи іншої мови, відсилають нас до певного, конкретного денотата, тобто щось називають (предмет, особу, якість, дію тощо). Проте їхні стилістичні функції можуть суттєво змінюватися залежно від типу мовлення, конкретної авторської інтенції. Слово з нейтральним значенням може виконувати у контексті естетичну, експресивну функцію. Наприклад, в українській мові слово *сонце* може передавати паралельно до основного – значення ніжності, в англійській це *flower* – квітка, у нім. *Schatz* – скарб та *Liebeing* – сонечко, у французькій – *chouette* (дослівно, сова). Річ у тім, що у кожному слові містяться головне значення, домінуюче та одне або кілька значень додаткових, другорядних. Останні в певних контекстах у залежності від прагматичної установки автора можуть функціонувати як основні значення.

7. У певних текстах можна відшукати *індивідуальні словотворення* їх авторів, так звані індивідуальні неологізми. Так у І. Франка “абабагаламага”, у І. Крилова “А Васька слушаєт да ест”. Існують словники Т. Шевченка, Л.Українки, А. Пушкіна та інших письменників. Не слід забувати про те, що кожен текст, особливо літературний, містить у собі сліди індивідуальної творчості автора:

особливості його думки, сприйняття. Такі словотворення є оказіональними, не фіксуються у словнику загальнолітературної мови і виконують чисто стилістичну функцію для створення експресивних значень. Сюди ж можна віднести лексичні словотворення маленьких дітей, які часто вигадують слова.

Насамкінець, відмітимо, що класифікація типів конотативної інформації має чисто умовний характер і пропонується лише для полегшення аналізу тексту, глибокого проникнення у його структуру з метою його подальшого адекватного перекладу. Так званий прагматичний компонент відіграє основну роль, оскільки при перекладі, як ми уже неодноразово зауважували, важливо не тільки передавати денотативну інформацію, але й викликати певні ідеї, емоційні реакції, спонукати до виконання певних дій, передбачених адресантом.

### **Список використаної літератури**

1. Литвин І. М. Перекладознавство / І. М. Литвин. – Черкаси : Видавництво Ю. А. Чабаненко, 2013. – 288 с.
2. Чередниченко О. Про мову та переклад / О.Чередниченко. – Київ: Либідь, 2007. – 248 с.
3. Електронний ресурс. [Режим доступу]:  
[http://elkniga.info/book\\_383\\_glava\\_28\\_Pereklad\\_jak\\_vtorinna\\_komun%D1%96k.html](http://elkniga.info/book_383_glava_28_Pereklad_jak_vtorinna_komun%D1%96k.html)