

УДК 81'25'42:808.1

ДОСЯГНЕННЯ АДЕКВАТНОГО ПЕРЕКЛАДУ : ІНТЕНЦІЙНІ ТА КОМУНІКАТИВНІ АСПЕКТИ

Павло Матюша

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

У статті зроблено спробу з позицій лінгвістичного підходу доповнити комунікативну теорію перекладу. Запропоновано концепцію про підпорядкованість тексту в оригіналі та перекладі двом основним параметрам: авторському задуму та комунікативній меті. Усі міркування проілюстровано прикладами.

Ключові слова: авторський задум, комунікативна мета, смисл, форма висловлювання, переклад.

Протягом усієї історії людського спілкування його учасники намагалися у комунікативних актах вчинити спонукальний ефект на свого співрозмовника. У будь-якому висловлюванні первинним є смисл, який формується за допомогою думки і реалізується у вербалізованій формі.

Психолінгвістичні дослідження [1-2, 4, 6] твердять про можливість зв'язного мислення саме за допомогою слів, відтак думка і слово нерозривно пов'язані між собою починаючи з найглибших комірчин кори головного мозку.

Навіть існування функціональних типів мовлення уже свідчить, що форма висловлювання має надзвичайно велике значення для реалізації комунікативної мети. Крім того, об'єктивно неможливе існування певної сутності без її втілення у форму. Тож, форма іде за смислом у вигляді невід'ємної тіні з часів зародження людства.

Мову вибудовує, передусім, повсякденне спілкування, а також тексти, спеціально створені авторами. І перше, і друге передбачає певний спонукальний ефект. Автор повідомлення, у принципі, завжди має прагнути досягти комунікативної мети, поставленої і сформульованої заздалегідь. Інакше може трапитися непорозуміння, невірна інтерпретація, перекохання смислу або його окремих частин.

Для промовця, який виголосив понад одну промову, не є секретом, що ефект його виступу безпосередньо залежить від влучно підібраних висловів, стрункої побудови, а також низки чинників, які можна назвати манерою ведення бесіди. У сукупності усі ці чинники проявляються в усному спілкуванні, тоді як для сприйняття письмового тексту важать тільки перші дві передумови.

Процес вдягання думки у слово ще підлягає подальшому описанню та обґрунтуванню представниками низки дисциплін. Проте беручи за постулат неможливість виникнення зв'язної думки без словесного інструментарію, говоримо, що первинний смисл, який виникає в голові автора повідомлення, не обов'язково у підсумку відповідає кінцевому висловлюванню, що формулюється цим автором. Іншими словами, можна припустити, що задум і комунікативна мета автора задаються з самого початку, тоді як форма їхнього відображення у навколишній дійсності часто піддається уточненням і коригуванням. При цьому не варто відкидати можливість, що іноді смисл під впливом подальшого переформулювання набуває нових модальностей, врешті-решт акцептованих автором.

© Матюша П., 2008

За точку відліку висловлювання візьмемо його остаточне формулювання адресантом. У випадку усного мовлення йдеться про промовляння уголос тексту, скерованого на конкретного отримувача. На письмі під кінцевим повідомленням розуміємо відповідним чином оформлене послання, придатне до сприйняття читачем.

Основною характеристикою будь-якого тексту є смисл, скерований на спонукання. Саме для передачі смислу текст задумують, створюють і репродукують. У смислі автор бачить водночас причину і мету виникнення та функціонування свого тексту. У залежності від структури тексту смисл може коливатися від елементарного до складного.

Відтак, реципієнт, який сприймає текст, створений іншою особою, стикається з потребою розуміння низки даних: задуму автора, його комунікативної мети, смислу та форми повідомлення.

Оскільки кожен текст – зв'язне ціле, то ці чинники певною мірою мають бути пов'язані між собою. Це зумовлює необхідність опису взаємозв'язку між вищевказаними параметрами з точки зору побудови певної структури процесу комунікації.

Отже, в основі кожного спілкування лежать задум і комунікативна мета автора повідомлення. Якщо це діалог – відбувається постійний взаємовплив мовців, що динамічно змінює становище кожного з них у системі вихідних даних. У письмово кодифікованих джерелах спонукальний вектор тексту скеровано лише на отримувача без можливості зворотного впливу за допомогою відповідної реакції на автора повідомлення.

Задум і комунікативну мету можна розглядати як початкову і крайню точки авторської волі, що формують напрямлений відрізок, адже текст виникає в результаті ментального поштовху для трансляції відомої адресанту інформації з метою здійснення певного впливу на її отримувача.

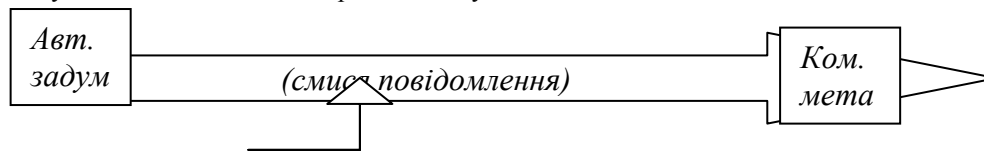
Інформація, яка є будівельним матеріалом смислу повідомлення, пропонується реципієнту у тій частині, в якій вона відповідає комунікативній меті. Тому помиляючись у засобах досягнення останньої, автор інколи самостійно може зашкодити своєму задуму, оскільки створює інший комунікативний ефект, тобто доносить до отримувача інший смисл. Іншими словами, комунікативний відрізок починається авторським задумом, проте не закінчується у точці комунікативної мети.

Виходить, що одного разу висловлений, смисл повідомлення більше не залежить від волі автора, а підлягає декодуванню реципієнтом на основі закладених у нього параметрів.

Фізичним втіленням створеного ментально тексту із складною смисловою структурою є його кінцева вербальна форма, яка передбачає поєднання слів-носіїв простих значень за відповідними правилами. Кожна мова має власний набір лексики і систему граматичних норм для оформлення зв'язного тексту. Завдання автора повідомлення полягає у підборі адекватних мовних засобів для передавання саме того смислу, який відповідав би задуму і комунікативній меті. Відомо, що однією з найприкметніших рис мови є можливість виведення нового смислу з комбінації значень простих лексичних одиниць. У цьому – єдність змісту і форми, оскільки вони взаємно впливають один на одного. Кожного разу, створюючи текст, автор повідомлення вдається до балансування між девербалізованою інформацією та засобами її вербального відтворення.

У тексті втілюється комунікативний акт, який можна порівняти з таким фізичним явищем, як електричний струм. Існує потік електронів, який під напругою рухається по провіднику в певному напрямі. У залежності від опору провідника виникає сила струму.

Під електронами уявімо сукупність елементарних смислів, які формують зміст, під напругою – задум автора, під провідником з його опором – форму повідомлення згідно з правилами синтаксису і морфології мови, а під силою струму у контрольній точці провідника – комунікативний ефект повідомлення. До того ж, комунікація, як і струм, має напрям дії, або вектор. Таким чином, виникає ситуація, за якої комунікативний акт можна представити у вигляді схеми:



Згідно з попередніми міркуваннями кожен комунікативну ситуацію можна описати наступним чином. Наприклад, хтось у вільний час бажає сходити зі своїм другом у кіно, аби розвiятися після робочого дня. У цьому полягає задум нашого героя. Для його реалізації потрібно запросити товариша таким чином, щоб той, по можливості, не відмовився. Так постає комунікативна мета адресанта. Аби її досягти, він має сформулювати повідомлення, скероване на іншу особу, причому оформити його у зрозумілий для отримувача спосіб. У разі спільної приналежності обох комунікантів до однієї мовно-культурної спільноти, у нашому випадку української, може йтися про речення типу: «Ти не хотів би сьогодні сходити на цікавий фільм?». З тексту повідомлення випливають, як мінімум, п'ять відрізків основної інформації: 1) відбудеться показ фільму; 2) фільм демонструватимуть, зокрема, сьогодні; 3) фільм є цікавий; 4) спонукання відвідати показ фільму; 5) до адресата звертаються на ти.

Разом з тим, у кожному тексті передається набагато більше інформації, ніж може передбачити автор. Побічні інформаційні складові, що виникають у зв'язку з надзвичайною здатністю слів до створення нових смислів внаслідок кожної конкретної форми висловлювання, незважаючи на присутність у повідомленні, не входять до комунікативної мети автора, а стосуються швидше узвичаєних способів оформлення повідомлення у подібних ситуаціях. Такими складовими нехтують як автор, так і реципієнт, оскільки обидва звикли у подібній комунікативній ситуації не звертати на них увагу, як-от на пропозицію сходити на показ фільму, а не поїхати тощо, бо в задумі автора зовсім не йшлося про спосіб дістатися кінотеатру. Позаяк, комунікативна мета повідомлення може різнитися від комунікативного ефекту, тобто авторська інтенція і її сприйняття отримувачем інколи не збігаються або через неправильний вибір форми автором, або через невідповідність реципієнта сприймати відповідну форму. Утім, якби фразу було б сформульовано «Ти не хотів би сьогодні з'їздити на цікавий фільм?», то спосіб пересування отримав би прямий опис, адже словосполучення «з'їздити на фільм» не є типовим у даній ситуації, а отже, стосується винятково авторського задуму.

У світлі розглянутого способу опису комунікації перед перекладачем як первинним реципієнтом оригінального тексту постає рівно удвічі більше проблем, пов'язаних зі збільшенням учасників комунікативного процесу. Згідно з комунікативною моделлю перекладу [5, с. 54-55] ці труднощі долаються, виходячи з таких параметрів, як первинний та вторинний текст, контекст і затекст.

Проте, попри передавання смислу вихідного тексту з його вузьким і широким контекстом, ідеться також про необхідність декодування авторського задуму і його комунікативної мети з подальшим втіленням у форму, звичну для вторинного реципієнта, або отримувача перекладу. Причому основним джерелом необхідної для перекладача інформації, в основному, є оригінальний текст.

Якщо повернутися до нашого схематичного порівняння зі струмом, тоді переклад уявляється як відтворення такого ж струму в умовах іншого провідника зі збереженням інших рівноцінних умов.

Отже, ідеальний переклад мав би різнитися від оригіналу лише за формою, або провідником повідомлення. Інші складові, як-от: смисл повідомлення, авторський задум і комунікативна мета не мали б зазнати жодних змін. За однакової напруги досягти однакової сили струму в іншому провіднику можливо лише за умови рівного опору у цих двох провідниках. У нашому випадку під різницею опорів маємо на увазі дивергентні особливості на лексичному та граматичному рівнях конкретної пари мов.

Наприклад, перекладаючи з близькоспоріднених мов, можна знехтувати значною кількістю структурних відмінностей між ними. Це, звичайно, не стосується перекладу віршованих творів, для яких зміна форми має основоположний характер. У той же час передавання тексту між віддаленішими мовами стикається з фактом використання провідників з різними «опорами».

Спираючись на описану вище модель комунікативного акту, переклад неодмінно передбачає наявність усіх перерахованих складових у вторинному вираженні, тобто відтворення авторського задуму, комунікативної мети, а також смислу висловлювання у перекладеному тексті. Оскільки перекладач, як первинний реципієнт, відповідну інформацію отримує з оригіналу, то й вторинний реципієнт має віднайти усі компоненти у тексті перекладу. Раніше ми вже згадували, що матеріальним відображенням смислу є його форма. Звідси впливає думка про те, що без максимально можливого відображення форми не буде ідеального відтворення смислу.

Відтак, ідеальний переклад відобразимо у наступній схемі:



Таким чином, параметри вторинного комунікативного акту (перекладу), крім форми повідомлення, мають залишатися незмінними. При цьому, беручи до уваги можливі розбіжності у мовно-концептуальних картинах світу різних мовно-культурних спільнот, зазначимо, що один і той же смисл може передаватися за допомогою відмінних елементарних складових. Це становить поле для подальших досліджень, попри існуючі ґрунтовні напрацювання [3].

Візьмемо до розгляду уже проаналізоване українське висловлювання з точки зору його перекладу російською та англійською мовами. Передусім, варто віднайти авторський задум і комунікативну мету в контексті даної ситуації або в реченні «Ти не хотів би сходити сьогодні на цікавий фільм?».

Оскільки повідомлення доволі просте, то й переклад, здається, не викликає сумнівів: «Ты не хотел бы сходить сегодня на интересный фильм?» російською мовою та «Wouldn't you like to go to an interesting movie today?» англійською.

Не маючи нагоди опинитися в голові автора – адже навіть в межах одномовної комунікації його мета може залишатися частково закодованою для реципієнта –

перекладач змушений, однак, вибирати ті відрізки інформації, які буде передано мовою перекладу для сприйняття вторинним реципієнтом. У цьому полягає певна цензура перекладача, яка є об'єктивно зумовленою, з одного боку, відстанню між передбачуваним авторським задумом і реальним комунікативним ефектом повідомлення, з іншого – відмінностями у лексичній та граматичній структурах мов.

У розглядуваному випадку російський переклад є абсолютним відповідником. У той же час необхідність вживання артикля перед англійськими іменниками є дивергентною ознакою за граматичною формою в українській та англійській мовах. Перекладач постає перед вибором означеного або неозначеного артикля перед словом *movie*, хоча український оригінал не подає жодної вказівки на можливий вибір. Зрештою, ми вирішили використати неозначений артикль для того, аби повною мірою відтворити бажання мовця сходити ввечері на якийсь фільм з другом. З іншого боку, в цієї особи могло бути вподобання щодо конкретного фільму, проте перекладач своїм рішенням обмежив альтернативу оригінального висловлювання. Отримувач перекладу вже не сумніватиметься з приводу невизначеності фільму, а від цього, можливо, залежатиме його відповідь на пропозицію друга.

З лексичної точки зору українське звертання на ти, а також пропозиція саме піти, а не поїхати на перегляд фільму жодним чином не відображені в англійському варіанті цього висловлювання, оскільки значення відповідних лексичних одиниць *you* та *go* не обмежуються українськими. І якщо вище ми дійшли висновку, що для того, хто пропонує, неважливий спосіб транспортування, цього не скажеш про його увагу до другої особи однини адресата.

Таким чином, в англійському перекладі, на відміну від російського як мовно-спорідненого, розмиваються ті інформаційні рамки, які чітко окреслено в українському реченні.

Будь-яка перекладацька діяльність призводить до потреби заміни коду повідомлення, вираженого у його матеріальній формі (провідник). Від зміни провідника залежить баланс інших складових комунікативного акту. Чим більше мови морфологічно віддалені одна від одної, тим більшим буде відхилення єдності авторського задуму, комунікативної мети та смислу повідомлення в оригіналі та перекладі, оскільки автор оригінального повідомлення задавав вихідні дані виходячи з власної лінгвістичної системи.

Завдання перекладача полягає у здійсненні такого перекодування з однієї мови на іншу, за якого динамічна взаємодія між основними параметрами оригінального та перекладного текстів залишиться незмінною (адекватний переклад).

Підсумовуючи, окреслимо діяльність перекладача як пошук заповнення проміжку між двома точками, що знаходяться на певній відстані одна від одної: з одного боку, авторським задумом, з іншого – його комунікативною метою. Відновлення цього фрагмента за інших мовно-культурних умов і становить основне завдання адекватного перекладу.

1. Дридзе Т.М. Организация и методы лингвосоцио-психологического исследования массовой коммуникации. – М.: Наука, 1979.
2. Жинкин Н.И. Речь как проводник информации. – М.: Наука, 1982.
3. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад. – Львів: Вид-во при Львів. ун-ті, 1989.
4. Колшанский Г.В. Текст как единица коммуникации // Проблемы общего и германского языкознания. – М., 1978.
5. Попович А. Проблемы художественного перевода : учеб. пособие – М.: Высшая школа, 1980.
6. Щерба Л.В. О тройном аспекте языковых явлений и эксперименте в языкознании // Языковая система и речевая деятельность. – М., 1974.

**ACHIEVING ADEQUATE TRANSLATION: INTENTIONAL AND
COMMUNICATIVE ASPECTS****Pavlo Matiusha**

The article is an attempt to complement the communicative theory of translation from the linguistic prospective. The concept of text dependence during its being transformed from the original on two basic parameters – the author's intention and the communicative goal of the utterance – is substantiated..

Key-words: intention, communicative goal, sense, form of utterance, translation.