

Особливості передачі прагматичного аспекту новинного Інтернет-дискурсу у перекладі

На сьогодні у перекладознавчій науці чимало уваги приділяється визначенню дискурсу як мовного феномену. Існує чимало поглядів та думок науковців з приводу того, що таке дискурс [2, 3, 6]. Актуальність однозначного розуміння дискурсу є очевидною для перекладачів, адже це безпосередньо впливає на способи перекладу з рахуванням його прагматичного аспекту. Саме дискурс відображає комунікативний феномен, що складається з деяких сукупностей висловлювань, які породжують текст, і таких когнітивних компонентів, як знання, думки, цілі. Зазвичай, у мовній діяльності дискурс виглядає як одиниця, що належить до вищого рівня мови і складається зі зв'язаних за змістом речень [1]. Проте, дискурс відрізняється від інших одиниць мови тим, що він, як правило, не відтворюється подібно до фонем та морфем, але створюється в мовленні. Серед багато різноманіття видів дискурсу та сфер його вживання ми зосередили свою увагу на відносно новому його різновиді – новинному Інтернет-дискурсі. Метою статті є розглянути новинний Інтернет-дискурс як різновид дискурсу ЗМІ та виокремити загальні засади передачі у перекладі прагматичного аспекту новинного Інтернет-дискурсу.

Усі сучасні типології дискурсу так чи інакше виділяють дискурс ЗМІ як самостійний тип дискурсу. Це обумовлено соціальною значимістю тієї комунікативної сфери, яку репрезентує даний тип дискурсу. Це, по-перше, інформування масового адресату про суспільно значимі проблеми та події, по-друге, формування соціальної оцінки цих проблем та подій. Дискурс сучасних ЗМІ відрізняється високим ступенем інтегративності, в зв'язку з чим типи дискурсу, які виділяються спочатку за технічним критерієм (носієм інформації), набувають лінгвістичної самостійності. Сучасні дослідники відзначають основними функціями дискурсу ЗМІ інформативну та впливову. Важливим різновидом сучасних ЗМІ є Інтернет-ЗМІ, які являють собою самостійний тип дискурсу, що володіє мовною та жанровою специфікою. Інтернет-дискурс на сьогоднішній день являє собою амбівалентний тип дискурсу. З одного боку, Інтернет виступає як ефективний засіб індивідуальної комунікації. З'являються нові форми і способи спілкування, характерні лише для Інтернет-дискурсу, відбувається зміщення сфер вживання усної та письмової мови, формування власних позамовних засобів спілкування. З іншої сторони, сучасний Інтернет є одним із найпотужніших, ефективних засобів масової інформації, а точніше, масової комунікації [2: 79].

Оскільки сьогодні Інтернет є найоперативнішим, високотехнологічним та масовим засобом комунікації, то, безумовно, він відіграє головну роль в передачі актуальної інформації. З цього випливає, що пріоритетне місце в Інтернет-ЗМІ займають новинні блоки (сайти) мережових видань. Відповідно, основну роль в дискурсі Інтернет-ЗМІ набуває новинний дискурс. Новини, будучи джерелом «первинної» оперативної інформації, в концентрованій формі містять у собі всі признаки та функції, характерні для дискурсу ЗМІ в цілому. Гіпертекстовий формат мережі Інтернет обумовив зміни новинного дискурсу ЗМІ у порівнянні з друкованим або телевізійним аналогом. У мережі Інтернет новинний дискурс являє собою інформаційний блок, в який входять як текстові матеріали, так і мультимедійні, які доповнюють інформацію про основну подію.

Новинний дискурс являє собою різновид дискурсу ЗМІ, який виділяється на основі змістової специфіки та часового фактора. Предметом мовлення в даному типі дискурсу є соціально значима подія, яка ще не відома адресату. У зв'язку з тим, що обсяг актуальної інформації постійно зростає, основною проблемою дискурсу ЗМІ є пошук компактних форм передачі інформації. Це обумовлює появу та розвиток нових жанрових форм дискурсу ЗМІ в цілому та новинного дискурсу зокрема. Крім того, новинний анонс в мережі Інтернет існує в умовах інформаційної конкуренції. Адресату надається можливість ознайомитись з новинними анонсами, які присвячені одній і тій самій темі, може варіюватися від 100 до 1300 (мінімальна і максимальна кількість анонсів за 2-3 роки) [2: 80]. Очевидно, що в умовах такої інформаційної конкуренції інформативна функція повинна поєднуватися з впливовою, оскільки лише їх єдність буде сприяти досягненню головної «немовленнєвої мети» новинного анонсу – переходу за посиланням [3: 125]. Специфіка реалізації впливової функції полягає в тому, що анонс за короткий проміжок часу повинен не змінити свідомість адресата, а активувати цікавість адресата до викладеної повної версії події в даному інформаційному джерелі.

Для зарубіжної лінгвістики 80-х рр. характерним є перенесення центру уваги з формально-синтаксичного та генеративно-синтаксичного аспектів на прагматичний аспект висловлювання і дискурсу. Відмітимо, що теорії з крайньою прагматичною направленістю, як наприклад, теорія мовленнєвих актів в її класичному варіанті, досить байдужі до внутрішньої організації дискурсу. Ми ж, у свою чергу, підтримуємо думку, що важливість встановлення прагматичних параметрів ситуативно зв'язаного дискурсу безсумнівна, хоча смисли, що визначаються при цьому, можуть бути повністю ситуативно обумовленими і їх пряме вираження в лінгвістичній формі самого дискурсу не буде обов'язковим; з іншої сторони, дискурс може бути позбавлений явних прагматичних форм (таких, як імператив, питання, оклик). Але навіть оголошений комунікативний намір може не відповідати дійсному наміру мовця, не говорячи вже про «приписування

значення» тощо. Дослідження, що проводяться під девізом так званої прагмалінгвістики, зводяться на практиці лише до констатації в тексті елементів, що володіють «прагматичною силою», тобто стимулів, емоційних оцінок, контактивів тощо, але не пояснюють їхніх справжніх системних функцій, як і випадків повної відсутності подібних елементів у дискурсі [4].

Дискурс має свою етномовну специфіку, подібно до специфіки інших одиниць (фонем, морфем, слів та речень). Цей факт в значній мірі усвідомлюється теоретиками перекладу, які стверджують, що справжньою одиницею перекладу є цілий текст, а не слово і навіть не речення. Дискурс повинен перекладатися як єдине ціле. Ми погоджуємось з думкою, що лише в тривіальних випадках дискурс допускає послівний та пофразовий переклад [5]. У побудові дискурсу беруть участь етноспецифічні елементи, які завжди ускладнюють процедуру перекладу, і не мають еквівалентів або аналогів в мові перекладу, в тому числі в граматичному, лексичному і стилістичному плані. Крім того, дискурси різних мов, як правило, різняться в плані своєї невласної, «зовнішньої» форми – не можуть бути перекладені без урахування їх лінгвокультурного контексту [6]. Слід наголосити на тому, що передача у перекладі прагматичного аспекту новинного Інтернет дискурсу, який у собі містить так багато екстралінгвістичної інформації про світ, висуває до перекладача високі вимоги не тільки щодо знання мови, а й щодо вміння орієнтуватись у тому матеріалі, який висвітлюється у новинах, бути загально ерудованим та вміти швидко реагувати на навколишні зміни.

Нажаль, обсяг статті не дозволяє у повному обсязі представити детально всі способи передачі прагматичного потенціалу Інтернет-дискурсу. Подальшими шляхами дослідження є виокремлення лексичних та стилістичних засобів перекладу дискурсу, що передають прагматику Інтернет-дискурсу.

Література

1. Воротникова Ю. С. Реализация новостного дискурса в электронных англоязычных СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук [Электронный ресурс] / Ю. С. Воротникова. – Режим доступа: <http://www.textology.ru/public/uzus.html>.
2. Ковальчукова М. А. Новостной анонс как интертекстуальное явление // Вестник УдГУ. Серия 5: история и филология. Вып. 3. Ижевск, 2008. – С. 79-80.
3. Дейк ван Т.А. Анализ новостей как дискурса / Т. А. ван Дейк // Язык. Познание. Коммуникация. – М., 1989. – С. 111-160.
4. Антропов С. В. В Интернете текст должен стать новостью [Электронный ресурс] / С. В. Антропов. – Режим доступа: <http://www.webkontent.ru/index/dictionary>.
5. Негрышев А. А. Прагматика интертекстуальности в новостном дискурсе СМИ [Электронный ресурс] / А. А. Негрышев. – Режим доступа: http://www.vfnglu.wladimir.ru/Rus/NetMag/v4/v4_ar08.htm.
6. Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. – М., 2004. – С. 250-255.