

Факторы культуры в контексте переводного периодического издания

Зоя Евгеньевна Пинчук

Кубанский государственный университет, Российская Федерация
350000, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149
Соискатель
E-mail: Kud-zoya@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию роли культуры в контексте переводного периодического издания, изучению факторов, влияющих на оригинальные и вторичные тексты в дискурсе изданий данной категории. Рассматривается специфика влияния факторов культуры на медиатексты через взаимосвязь культуры и текста с такими социальными феноменами как язык, личность, коммуникация. В качестве основной особенности культурного контекста переводного периодического печатного издания названо взаимодействие двух культур (исходной и принимающей), определяющее специфику остальных компонентов медиаконтекста.

Ключевые слова: переводное периодическое издание; культура; медиаконтекст; межкультурная коммуникация; язык; картина мира; коммуникативная личность; языковая личность.

Введение. Современная мировая система средств массовой информации представляет собой единое информационное пространство, в котором огромную роль играют интернациональные издания. Это связано с процессом глобализации, характеризуемым нарастающим «увеличением разнообразных международных культурно-информационных связей» [1]. При подготовке таких изданий, функционирующих в области межкультурной коммуникации и связанных с переводческой деятельностью, особое значение приобретают вопросы влияния культуры на медиатексты. Это востребованная тема в современных исследованиях, но широкое распространение СМИ, рассчитанных на межкультурную коммуникацию, требует ее дальнейшей теоретической разработки.

Материалы и методы. Материалом для статьи послужили исследования в области медиатекста, медиадискурса, межкультурной коммуникации, теории перевода, когнитивной лингвистики и лингвокультурологии. Использованы следующие методы: анализ, дедукция, описательный, сравнительно-сопоставительный, структурно-функциональный, факторный анализ.

Обсуждение. Функционирование средства массовой информации тесно переплетено с жизнью общества, которая несет на себе отпечаток культуры. Интегрированность СМИ в различные сферы социальной действительности отражена в концепции медиаконтекста. Роль контекста при переводе подчеркивает В.Н. Комиссаров: «Способность языковых единиц быть коммуникативно равноценными определяется не только тем значением, которым они обладают в системе своего языка, и особенностями употребления в речи, но и лингвистическим и ситуативным контекстом» [2].

В рамках исследования межкультурной коммуникации существенное значение имеет изучение текстов массовой информации как компонента культуры. Культура представляет собой систему символов, убеждений, ценностей, установок, позиций, ожиданий и норм, разделяемых ее представителями [3] и оказывает влияние на кодирование и декодирование вербальных и невербальных сигналов [4]. В.А. Маслова называет тексты «истинными хранителями культуры» [5]. На обусловленность текстов, в том числе СМИ, культурой указывают Т.Г. Добросклонская, В.В. Богуславская. Культурные особенности ярко проявляются в текстах массовой коммуникации, которые отражают реалии общества. Т.Г. Добросклонская говорит о культуроспецифичности как о текстовом воплощении культуры в СМИ. В медиатекстах культурная специфика отражается «в организации информационного пространства, в форматировании медиатекстов, в лингвистических способах оформления смыслов». Исследователь использует понятие контекста для обозначения «совокупности культурозначимой информации, присутствующей в тексте как в открытой эксплицитной форме, так и выраженной имплицитно», указывая на применение

термина «культурологический контекст» («структурированная по уровням совокупность всех содержащихся в тексте культурозначимых сведений») в медиалингвистике [6].

О связи контекста и культуры говорит в своих работах Д. Мацумото: «человечество живет в окружении ряда различных ситуационных контекстов. Одна из функций культуры – придавать значение этим контекстам» [7].

Культура оказывает влияние на элементы контекста в процессе коммуникации. Это влияние обусловлено взаимосвязью основных составляющих общественной жизни: культура и коммуникация, культура и язык, культура и личность.

Культура и коммуникация в контексте переводного СМИ. В работах многих исследователей подчеркнута связь культуры и коммуникации: Ю.М. Лотман: «Органическая связь между культурой и коммуникацией составляет одну из основ современной культурологии» [8]; В.Г. Зинченко: «в системе «культура» коммуникация есть взаимодействие элементов между собой и всей системы со сложившимся способом производства и потребления продуктов культуры» [9]; В.С. Григорьева: «В основе порождения феноменов культуры лежит коммуникативная потребность. Культура является главным детерминантом речевого поведения личности» [10].

Периодическое печатное средство массовой информации функционирует в рамках межкультурной коммуникации, которая определена как «общение людей, представляющих разные культуры» [11]. Связь коммуникации и культуры сообщает межкультурной коммуникации ряд особенностей и придает высокую степень обусловленности контекста переводного издания спецификой культуры.

В.Г. Зинченко выделяет новые свойства, которые приобретает коммуникация при соприкосновении двух культур:

- наличие «культурного посредника» – «интерпретатора, переводчика», который оказывается «потребителем произведения культуры оригинала и создателем произведения в принимающей культуре». В переводном СМИ эту роль берет на себя издательство в принимающей культуре.
- появление «метаартефакта» в результате «адаптации и интерпретации», не тождественного первому артефакту;
- возникновение «метаязыка», в котором могут быть потеснены национальный культурный и языковой миры;
- увеличение культурной дистанции между производителем в исходной культуре и потребителем в культуре воспринимающей [12].

Переводное издание создается на «стыке» двух различных культур. При межкультурном общении «происходит обмен не только информацией, но и элементами культуры, отражающими национальное коммуникативное поведение народа» [13]. Следовательно, культурно обусловленные элементы медиаконтекста – нормы, ценности, установки, модели поведения и фоновые знания – для создателя оригинала и читателя перевода будут различаться.

Культура и язык в контексте переводного СМИ. Культура оказывает влияние на контекст СМИ также через язык, что во многом определяет особенности вербального медиаконтекста. «Тексты массовой информации сегодня являются одной из самых распространенных форм бытования языка», а также «важнейшим компонентом современной культуры в ее “массовом” проявлении» [14]. Труды многих исследователей пронизаны идеей о взаимосвязи языка и культуры (Ю.М. Лотман, Н.Б. Мечковская, В.А. Маслова).

В результате, культурно обусловленной является языковая картина мира – «система отраженных в языковой семантике образов, интерпретирующих опыт народа, говорящего на данном языке» [15]. Для медиатекстов характерно «наложение языковой и информационной картин мира» [16], в результате становится возможным «создание особого информационно-языкового видения мира» [17]. Т.Г. Добросклонская отмечает, что «информационная картина мира культуроспецифична, так как отражает национально-культурные особенности мировосприятия и систему ценностных отношений» [18].

Переводное издание в своем контексте имеет две картины мира, одна свойственна культуре оригинала, другая – перевода. Языковая картина мира для представителей культуры оригинала и перевода будет различаться, следовательно, пересекающиеся с ней информационные картины мира также будут содержать безэквивалентные элементы.

Культура, через систему языка и языковую картину мира, во многом определяет вербальный контекст медиапроизведения. Т.Г. Добросклонская выделяет несколько уровней культурологического контекста в средствах массовой информации:

- 1) денотативный – культурозначимые сведения выражены в прямой эксплицитной форме;
- 2) коннотативный – культуроспецифичная информация содержится в экспрессивно-эмоционально-оценочных коннотациях;
- 3) ассоциативный – культуроспецифичные компоненты представлены в ассоциативных связях лексических и фразеологических единиц, единиц, обозначающих реалии того или иного языкового коллектива;
- 4) метафорический – культуроспецифичные сведения отражены в метафорах, сравнениях, образах, присущих тому или иному языковому коллективу (единицы, заимствованные из текстов, ставших неотъемлемой частью национальной культуры) [19].

При межкультурной коммуникации содержательные компоненты этих типов контекста могут отсутствовать в одной из культур, которой свойственны другие культуроспецифичные контекстуальные элементы. Компоненты культурологического контекста при переводе нередко нуждаются в экспликации для носителя иной культуры, не имеющего необходимых для адекватного понимания текста фоновых знаний.

Культура и личность в контексте переводного СМИ. Культура также оказывает влияние на один из важнейших факторов при подготовке средства массовой информации – целевую аудиторию, в случае печатного издания – читательский адрес.

Это влияние связано с тем, что культура участвует в формировании коммуникативной личности («обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций» [20]). Адресат, как и адресант печатного издания, представляют собой языковую личность – носителя языка и культуры. Создатель и реципиенты переводного издания и издания-оригинала, вовлеченные в процесс межкультурной коммуникации, принадлежат к разным лингвокультурам. «При межкультурной коммуникации возможно несовпадение индивидуальных когнитивных пространств коммуникантов» [21]. Одной из культурно обусловленных характеристик личности, составляющей содержание медиаконтекста, являются фоновые знания участников коммуникации. При внутрикультурной коммуникации реципиенты предположительно разделяют культурные знания [22]. Читатель переводного издания – представитель другого лингвокультурного сообщества по отношению к автору оригинала, и его коммуникативная компетенция не совпадает с компетенцией читателя оригинала. Для читателя инокультурного текста понимание культуроспецифичных единиц, часто встречающихся в международных СМИ, не вызывает особых затруднений; другие единицы, используемые только в национальных медиа, требуют адаптации для понимания инокультурным реципиентом. Это отражается на особенностях представления культуроспецифичного контекста оригинала.

Рассмотрим основные культуроспецифичные контекстуальные признаки переводного СМИ на примере интернационального англоязычного журнала «National Geographic», широко распространенного в мире и русскоязычного лицензионного издания «National Geographic. Россия». Связь культуры и коммуникации проявляется в переводном издании в следующих компонентах контекста: наличие посредника, роль которого выполняет российское издательство, создающее метаартефакт, адаптированный к российской действительности; культурная дистанция, обусловленная тем, что коммуникация осуществляется с участием двух культур – российской и американской. Через связь с языком культура диктует различия в информационно-языковом видении мира, обусловленном языковой и информационной картинами мира – в данном случае русской и американской. На вербальном уровне это проявляется в культурологическом контексте лексических единиц: денотативном, коннотативном, ассоциативном, метафорическом. Связь культуры с личностью во многом определяет особенности читательского адреса издания, так как читатель является языковой личностью. В рассматриваемом примере читателем оригинала является языковая личность, существующая в рамках американской лингвокультуры, читателем перевода – русская языковая личность. В результате текст переводного издания отличается от текста оригинала и отражает контекст двух культур – исходной и принимающей.

Заключение. Культура – важнейший компонент контекста переводного СМИ. Культура влияет на все элементы контекста в ходе коммуникации, диктуя участникам

коммуникации определенные установки, нормы, ценности, модели поведения, знания, убеждения, что находит отражение в средствах массовой информации, тесно связанных с функционированием современного общества. В результате связи культуры с такими социальными феноменами как коммуникация, язык и личность, контекст переводного средства массовой информации, как компонента межкультурной коммуникации, имеет ряд особенностей. Отличительная черта контекста в таком СМИ – взаимодействие двух культур – диктует ряд особенностей: культурная дистанция, наличие посредника и создание метаартефакта. По мнению Г. Немца, составляющими прагматического контекста публицистики являются «социальная реальность», «социальное знание» и «субъект» как личность и функция» [23]. В свою очередь, объект распадается на две сущности: «объект-явление» и «объект-знание», которые «представляют различные картины мира: статическую и динамическую». В первом случае «когнитивная структура определяет творческую деятельность журналиста, а во втором – живые, динамично развивающиеся явления, «картинки из жизни», являющиеся фрагментами самой действительности». Далее формируются две референциальные связи – «Объект-Субъект» и «Объект-Действительность», которые неразрывны и образуют «диалектическое единство объекта познания в журналистике» [24]. Иными словами, публицист/журналист, создавая образы действительности, «стремится логически связать реальные события и ситуации со способом конструирования авторской журналистской картины мира (как индивидуально-авторской, так и коллективно-авторской)» [25]. Специфика переводного периодического издания заключается в том, что его дискурс и медиаконтекст формируются на пересечении различных картин мира, в которых взаимодействуют субъект, объект и действительность.

Таким образом, медиаконтекст периодического переводного издания как способа межкультурной коммуникации, характеризуется несовпадением культуроспецифичных компонентов в издании оригинала и перевода, основными из которых являются картина мира и коммуникативная личность. Совокупность этих характеристик формирует культурный контекст переводного периодического издания.

Примечания:

1. Качалкин А.Н. Роль СМИ в межнациональном общении. Менталитет и речевой этикет нации // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., МГУ, 2004. URL: <http://evartist.narod.ru/text12/13.htm>.
2. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М., 1990. С. 136.
3. LeBaron M. Cultural and Worldview Frames. Beyond Intractability. Eds. Guy Burgess and Heidi Burgess. Conflict Research Consortium, University of Colorado, Boulder. 2003. URL: http://www.beyondintractability.org/essay/cultural_frames/.
4. Мацумото Д. Психология и культура. 2003. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Mats/17.php.
5. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: «Академия», 2001. С. 87.
6. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. 2008. URL: <http://gendocs.ru>
7. Matsumoto D. Culture, Context, and Behavior//Journal of Personality. Volume 75, Issue 6. 2007. С. 1295.
8. Лотман Ю.М. О двух моделях коммуникации в системе Культуры // Ю. М. Лотман. Избранные статьи в трех томах. Таллинн: «Александра», 1992. Т. 1. С. 76.
9. Зинченко В.Г., Зусман В.Г., Кириозе З.И., Межкультурная коммуникация. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/m_komm/01.php.
10. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты: монография. Тамбов, 2007. С. 94.
11. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000. С. 14.
12. Зинченко В.Г., Зусман В. Г., Кириозе З.И. Указ. соч.
13. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты: монография. Тамбов, 2007. С. 95.
14. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. 2008. URL: <http://gendocs.ru>.
15. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: «Перемена», 2002. С. 187.

16. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. 2008. URL: <http://gendocs.ru>.
17. Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., МГУ, 2004. URL: <http://evartist.narod.ru/text12/03.htm>.
18. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. 2008. URL: <http://gendocs.ru>.
19. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. 2008. URL: <http://gendocs.ru>.
20. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: «Перемена», 2002. С. 298.
21. Тамерьян Т.Ю. Межкультурная трансляция как взаимодействие когнитивных пространств // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК. Выпуск 8. Ставрополь, 2010. С. 22.
22. Van Dijk T.A. Contextual Knowledge Management in Discourse Production. A CDA Perspective // A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis. 2005. С. 88.
23. Немец Г.Н. Публицистический дискурс как методологический конструкт // Вестник Адыгейского государственного университета. 2010. № 3. С. 100.
24. Немец Г.Н. Объект познания в журналистике: в поисках методов концептуализации // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2011. № 1. С. 44.
25. Немец Г.Н. К вопросу о логическом методе в эссеистике // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2012. № 3. С. 55.

UDC 81

Cultural Factors within the Context of Translated Periodical Literature

Zoe E. Pinchuk

Kuban State University, Russian Federation
350000, Krasnodar, ul. , 149
PhD student
E-mail: kud-zoya@yandex.ru

Abstract. This article is devoted to researching the role of culture within the context of translated periodical literature and to studying the factors influencing the original and secondary texts within the discourse of this specific type of literature. The article examines the specifics of the influence of factors such as culture on media texts through the correlation of culture and text with social phenomena such as language, personality and communication. The article claims that the main characteristic of the cultural context within translated periodical literature is the correlation between two cultures (the donating and the receiving) that determines the specifics of other components within the media context.

Keywords: translated periodical literature; culture; media context; intercultural communications; language; worldview; communicative personality; linguistic personality.