



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

ПЕРЕВОД КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА В ПУБЛИЦИСТИКЕ

Выпускная квалификационная работа

по направлению 45.03.02 Лингвистика

Направленность программы бакалавриата

«Перевод и переводоведение»

Проверка на объем заимствований

60,38 % авторского текста

Работа рекомендована к защите

«14» июня 2019 г.

Зав. кафедрой английской филологии:

Афанасьева О. Ю., д.п.н., доцент

Выполнила:

Студентка группы ОФ-403-074-4-3

Депершмидт Елизавета Александровна

Научный руководитель:

Зиновьева Анастасия Юрьевна

Челябинск

2019 год

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Глава 1. КРЕОЛИЗОВАННЫЙ ТЕКСТ	7
1.1. Понятие медиадискурса.....	7
1.2. Характеристики медиадискурса.....	8
1.3. Понятие креолизованного текста	12
1.4. Классификация креолизованных текстов	14
1.5. Перевод креолизованного текста	15
1.6. Характеристики адекватного перевода публицистики	18
1.7. Трудности перевода в публицистике	19
Выводы по первой главе	21
Глава 2. ПЕРЕВОД КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА В ПУБЛИЦИСТИКЕ. 24	
2.1. Роль подписи в креолизованном тексте	24
2.2. Степень креолизации текста	25
2.3. Газетно-публицистический стиль	25
Выводы по второй главе	38
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	40
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	42
Приложения.....	48

ВВЕДЕНИЕ

Среди других наук лингвистика, с точки зрения её уникальности и важности в социальных отношениях, занимает особое место. Роль лингвистики в современном мире заключается в понимании определенных коммуникативных отношений, проникая во все сферы жизни общества.

Изучение средств коммуникации включает в себя вопрос о синтезе вербальных средств общения с невербальными, исследование их процесса объединения и влияние в тексте. Ярким доказательством подобного утверждения становится появление и четкое оформление среди многочисленных лингвистических дисциплин такого направления исследований как паралингвистика — раздела языкознания, изучающего неязыковые средства, включенные в речевое сообщение: фонационные (степень громкости, распределение пауз и т. п.), кинетические (особенности мимики и жестикуляции в процессе общения) и графические [Большая советская энциклопедия 1975: 489].

На фоне информационного поля СМИ, массовой вовлеченности социума в общественно-политическую жизнь и набирающих всё большую популярность невербальных средств коммуникации развился интерес к исследованию креолизованных текстов.

Применение креолизованного текста в публицистике основывается на внедрении новых средств передачи информации, представлении общей картины текущих событий в обществе и политике, а также функции воздействия на сознания и мнения читателей.

Отсюда следует, что роль креолизованного текста в СМИ предполагает конкретные цели и функции. В качестве дополнения к вербальному тексту, он отражает смысловой эффект, возникающий в контексте. **Актуальность** предлагаемой работы связана с общелингвистическим интересом к классификации креолизованных текстов, с одной стороны, и потребностью в изучении восприятия креолизованных текстов, которые обладают большим

воздействующим потенциалом и имеют широкое распространение в средствах массовой коммуникации, с другой.

Объектом исследования является креолизованный текст на материале публицистических статей на русском и английском языках.

Предметом исследования являются особенности перевода креолизованного текста в рамках публицистического дискурса.

Целью работы является изучение видов и функций, а также перевода креолизованных текстов на основе способов взаимодействия невербальных и вербальных элементов в печатных изданиях, принадлежащих дискурсивно-стилистическим форматам.

Гипотеза данного исследования состоит в том, что с помощью перевода креолизованного текста в рамках публицистического дискурса можно повлиять на формирование образа экономических и геополитических оппонентов конкретного государства, и, тем самым, навязать читателям определенное отношение посредством СМИ.

В соответствии с целью, предметом, объектом и гипотезой в ходе исследования решались следующие **задачи**:

- 1) Проанализировать и сопоставить переводы креолизованных текстов
- 2) Выявить понятийно-терминологическое поле изучаемой проблемы, дать определения основным понятиям
- 3) Исследовать функции и виды невербальной информации в креолизованных текстах печатных СМИ;
- 4) Выделить основные методы визуализации информации;
- 5) Выявить разновидности смысловых взаимоотношений частей креолизованного текста, типичные для качественной массовой прессы.

Теоретико-методологической основой составили работы и зарубежных и российских ученых в области теории текста, в том числе креолизованного:

- Добросклонская Т.Г.

- Анисимова Е.Е.
- Кожемякин Е.А.
- Пойманова О.В.
- Тарасов Е.Ф.
- Сорокин Ю.А.
- Ван Дейк Т.А.
- Швейцер, А.Д.
- Якобсон, Р.О.

Базой исследования являются основные печатные издания Великобритании: «TheGuardian», «BBCNews», «Punch», «TheTelegraph». Исследование базируется на использовании и переводе креолизованного текста в журналах.

Теоретико-методологическая база исследования опирается на комплексный подход, сочетающий разные **методы исследования**. Основополагающим для данного исследования является сравнительно-сопоставительный метод, который дополняется рядом теоретико-методологических подходов: коммуникационный, дискурсивно-стилистический, метод контент-анализа. Также, в качестве дополнения можно выделить метод репрезентации смысла креолизованного текста.

Практическая значимость проявляется в актуализации переводакреолизованных текстов в современных условиях подачи информации через печатные СМИ.Выполненный в исследованииподробный анализ существенного количества креолизованных текстов и его результаты могут поспособствовать исключению неоднозначности воздействиявербального и изобразительного элементов креолизованного текста.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1) Наиболее часто при переводе креолизованных текстов используются такие виды грамматических трансформаций, как грамматические замены и дословный перевод.

2) Среди лексических трансформаций прослеживается частое применение генерализации и конкретизации.

3) Контекстуальный перевод креолизованных текстов является наиболее эффективным, что позволяет максимально облегчить восприятие текста и способствовать оказанию соответствующего коммуникативного эффекта.

4) Применение и знание различных типов креолизованного текста помогает переводчику наиболее точно передать лексические единицы с исходного языка на переводящий язык и добиться эквивалентности перевода, как на семантическом, так и на синтаксическом уровнях.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, теоретической главы, практической главы и заключения.

Во введении обосновывается актуальность исследуемой проблемы, сформулированы предмет, объект, определены цель и задачи исследования, установлены гипотеза и методы, описывается структура данной работы.

Первая глава является теоретической базой понятия о медиадискурсе, раскрывает отличительные характеристики перевода публицистики, даёт понятие креолизованному тексту, рассматриваются существенные подходы к его изучению, его классификация и функции. Глава описывает проблемы, с которыми переводчик сталкивается в процессе перевода креолизованных текстов, и способы их решения.

Вторая практическая глава выявляет способы перевода и роль креолизованного текста в публицистике, представлен ход работы и результаты исследования по анализу степени применения и способов перевода креолизованного текста в печатных изданиях.

В заключении сформулированы итоги теоретической и практической частей исследования.

Список литературы включает 55 наименований работ учёных по смежным темам.

Глава 1. КРЕОЛИЗОВАННЫЙ ТЕКСТ

1.1. Понятие медиадискурса

Медиадискурс относится к взаимодействиям, которые происходят через вещательную платформу, будь то устная или письменная, в которой дискурс ориентирован на читателя, слушателя или зрителя.

Как правило, информационные структуры – печатный текст, аудио и видео потоки, движение цифровой информации в Интернете (социальные сети, блоги, информационно-аналитические порталы) – образуют смысловые скопления, узлы, связки, которые получили название дискурса.

В виду того, что информация в интернете стала доступна каждому, а развитие СМИ постепенно переходит на передовой уровень, это поспособствовало размышлениям о том, что такое медиадискурс. Медиадискурс – достаточно новое явление, образующее связанное информационное поле СМИ, распространяющее свое, зачастую формирующее влияние на различные социальные группы аудитории.

Сегодня артикулируются как минимум два подхода к определению медиадискурса. Согласно первому, медиадискурс – это особый тип речемыслительной деятельности, характерный исключительно для информационного поля масс-медиа. Согласно второму подходу, медиадискурс представляется как любой вид дискурса, осуществимый в области массовой коммуникации, воспроизведённый СМИ. Таким образом, можно упомянуть о педагогическом, политическом, религиозном и других медиадискурсах, подразумевая, что для своей реализации указанные типы институционального дискурса предполагают наличие относительно устойчивого набора практик производства, трансляции и интерпретации массовой информации [Полонский 2009:151-160].

М.Р. Желтухина утверждает, что медиадискурс представляет собой «вербальный или невербальный, устный или письменный текст в

совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженный средствами массовой информации, взятый в событийном аспекте, представляющий собой действие, участвующий в социокультурном взаимодействии и отражающий механизм сознания коммуникантов» [Желтухина 2014: 691].

Е.А. Кожемякин определяет медиадискурс как «тематически сфокусированную, социокультурно обусловленную речемыслительную деятельность в масс-медийном пространстве» [Кожемякин 2010:13-21].

Т.Г. Добросклонская пришла к выводу о том, что медиадискурс это совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всём богатстве и сложности их взаимодействия [Добросклонская 2008:264].

1.2. Характеристики медиадискурса

К основным характеристикам медиадискурса можно отнести:

- дистантность,
- наличие индивидуально-коллективного субъекта,
- наличие неизвестного, коллективно не определённого рассредоточенного адресата [Слышкин 2000:124].

Далее рассмотрим содержание анализа медиадискурса на основе составляющих медиадискурса [Кожемякин 2008: 213].

Во-первых, если медиадискурс является деятельностью, реализуемой субъектами общественной коммуникации, то им движет определённая цель, в зависимости от которой он приобретает специфичное содержание.

Возможные цели медиадискурса включают в себя:

- описание действительности, её объяснение (интерпретация),
- регулирование (принуждение или ограничение) деятельности адресатов,
- воздействие на сознание адресатов (внушение),

- оценка действительности, прогнозирование положения дел.

Очевидно, что если, например, новостной медиадискурс направлен на описание положения дел, создание определённых установок у аудитории, способствующих изменению оценок, то всё его содержание будет подчинено этой цели.

Во-вторых, цель медиадискурса означает, что он находится в определённой отношении к некоторой предметной области. Из этого следует, что медиадискурс способен объяснять, описывать, прогнозировать, то, что воспринимается как реальный предмет и относительно чего могут быть построены рациональные суждения. Иными словами, медиадискурс всегда о чём-то, что может отличать один его тип от другого. Предметная область медиадискурса включает в себя концепты, образующие его тематическое и смысловое «ядро». Так, если политический медиадискурс имеет концепты государства, власти и подчинения, то научный – концепты знания, истины и познания. В некоторых типах медиадискурса мы можем наблюдать «онтологический перенос», характеризующийся описанием объекта в системе свойств иной реальности, нежели та, к которой он относится по существу. Так, в политическом медиадискурсе распространённым является смещение социального в область психологического (например, феномен гражданской ответственности).

В-третьих, цели и предметная область медиадискурса устанавливаются в когнитивных процессах, характерных для того или иного типа медиадискурсного применения. Если дискурсная практика выполняет не только описательные, но и конструирующие функции, то познание осуществляется не только с помощью отражения и копирования, но и с помощью опосредованных операций, выводящих субъекта за пределы чувственного опыта – репрезентации, категоризации, интерпретации, конвенции.

Это связано с тремя наиболее специфичными особенностями опосредованного языком и дискурсом познания, на которые указывает Л.А. Микешина [Микешина 2007: 101-102]:

- обращение познания к внеопытным структурам (модели, символы и т.д.);
- интерсубъективность познания (соотнесение познания с принятыми социальными правилами и нормами, а также с убеждениями, оценками, установками других людей);
- гетерогенность (помимо логико-методологических процессов, оно включает в себя и интуицию, и творчество).

Соответственно, мы можем, например, говорить о степени гетерогенности когнитивных процедур медиадискурсов (так, публицистический дискурс включает в себя творческие процессы познания), о степени их интерсубъективности (например, публицистический дискурс в большей степени ориентирован на установки и убеждения аудитории) и т.д.

В-четвёртых, цели медиадискурса реализуются и в собственно коммуникативном плане и конкретизируются в коммуникативных характеристиках. Статусно-ролевые и ситуативно-коммуникативные особенности участников общения, условия передачи и получения медийных сообщений (сфера, среда, фоновые знания, прецеденты коммуникации), стратегии общения (мотивы, контроль), способы коммуникации (канал, режим, стиль коммуникации) – всё это, с одной стороны, влияет на интерпретацию сообщений, но с другой стороны, что представляется нам более важным, составляет часть смысловой структуры.

В-пятых, предметная область выражается в медиадискурсе в конкретных знаково-символических формах, с помощью языковых единиц, речевых актов и средств выражения. Чем в большей степени медиадискурсорентирован на выражение фактуальной точности (описание действительности), тем более однозначными и экспрессивно нейтральными являются лексические единицы; и наоборот, цель воздействия предполагает

широкое использование семантически неточных или полисемичных лексических единиц.

В-шестых, языковые единицы, речевые акты и средства выражения образуют текстовые единства. Тексты как единицы медиадискурса обладают неоднозначным статусом в медиадискурсе. С одной стороны, они являются результатом дискурсивной практики, а с другой – её инструментом. Как бы то ни было, анализ смысловых структур медиадискурса мы можем осуществлять, только используя тексты в качестве предмета анализа. Определение цели, типа объектов, характера использования языковых единиц и средств выражения – всё это возможно при условии интерпретации определённой части медиадискурса как текста. В зависимости от типа дискурса в нём могут доминировать те или иные виды и типы текста. Так, тезисные тексты характерны для рекламного и политического медиадискурсов, тогда как нарративные – для публицистического и иногда новостных дискурсов.

И наконец, в-седьмых, один и тот же медийный текст может приобретать те или иные смысловые оттенки в зависимости от различных контекстов. Помимо уже указанного выше собственно коммуникативного контекста выделяются такие значимые для актуализации тех или иных смыслов контексты, как:

- грамматический (формально-логические, лингвистические связи между высказываниями в медиадискурсе),
- экзистенциальный (мир лично-значимых для коммуникантов объектов, состояний и событий, к которому относится текст медиадискурса),
- ситуационный (область деятельности и статусно-ролевых отношений),
- социально-исторический (область «метазначений», характерных для конкретной исторической эпохи и культурной формации).

В некоторых случаях мы можем говорить о незначительной контекстуальной зависимости интерпретации медиадискурса (например, в

случае новостного медиадискурса), но в иных случаях, напротив, эта зависимость будет принципиальной (например, в промоцийном медиадискурсе).

1.3. Понятие креолизованного текста

Креолизованный текст – это текст, характеризующийся двумя составляющими: вербальной (речевой) и невербальной (визуальной). Специфика креолизованного текста состоит не столько в визуальной и вербальной информации, выступающей в качестве единого информационного пространства, сколько в том, что один компонент текста не способен сохранять свою первоначальную интерпретацию без другого. В отличие от обычного иллюстрированного текста, здесь полнота передаваемой информации может быть достигнута только путем одновременного восприятия всех компонентов текста.

Термин "креолизованный" был предложен русскими психолингвистами и филологами Сорокиным и Тарасовым в конце XX века. Слово стало использоваться как лингвистическое понятие Креольского языка применительно к естественным языкам, сформировавшимся при слиянии нескольких культур с использованием разных языков. Это, например, языки некоторых бывших европейских колоний, где в процессе межэтнического общения происходил синтез местных и упрощенных европейских языков (некоторые исследователи считают языки Гаити, Вануату и даже родные языки Канады и США английскими Креольскими). Далее модифицированное понятие креолизации применялось не только к естественным языкам, но и к любым знаковым системам [Сорокин, Тарасов 1990:180-186].

В речевой коммуникации креолизованный текст представляет собой сложное текстообразование, в котором вербальные и знаковые элементы образуют визуальное, структурное и функциональное целое, направленное на комплексное прагматическое воздействие на реципиента.

Основная задача текста – обеспечить читателю или зрителю оптимальные условия для понимания и интерпретации текста. Поэтому, учитывая характер и цель текста, автор может использовать то или иное средство выражения – вербальное и невербальное. Такие тексты используются по определенным правилам, направленным на то, чтобы информация имела максимальную силу воздействия на получателя.

Наиболее распространенные правила:

- Отсутствие или минимизация дублирования информации в тексте и изображении;
- Целостность и сплоченность текста и изображения;
- Построение иконической новости в соответствии с тенденцией получателя обращать внимание на изображение, затем на заголовок и текст;
- Высокая семантическая насыщенность текстовой составляющей;
- Преобладающее использование существительных;
- Лаконичная синтаксическая структура, отличительными чертами которой являются: подавляющее преобладание простых неординарных предложений и высокая частотность номинативных предложений, преимущественно знаменательного императива.

Широкое использование изображений в публицистике как средства привлечения реципиента является эффективным инструментом воздействия на сознание и подсознание последнего [Богущая 2009:45].

С точки зрения семиотики иконический язык принципиально не отличается от вербального. В.А. Колеватов пишет, что «...любое созданное непосредственно человеком изображение абстрактно, ибо оно обозначает выделенные отвлеченные человеком свойства объекта. В этой своей функции изображение не отличается от слова. Как слово, так и изображение могут выражать понятия разных уровней абстрактности» [Колеватов 1984:112].

Между вербальной и невербальной частями установлены различные соотношения:

1. Взаимодополняемость.

Образ может быть понятым без словесного содержания. Словесный комментарий описывает изображение, при этом дублируя его информацию. Таким образом, словесный комментарий выполняет вторичную, дополнительную функцию.

2. Взаимозависимость.

Изображение может зависеть от словесного комментария, который определяет его интерпретацию. Смысл изображения не ясен без комментария. В этом случае словесный комментарий выполняет первоначальную функцию [Миронова 2011: 213].

1.4. Классификация креолизованных текстов

О.В. Пойманова предлагает различать креолизованные (в терминологии автора – видеовербальные) тексты по целому ряду признаков, распространяющихся как на письменные, так и на устные тексты [Пойманова 1997: 132]:

По гетерогенности:

- нулевая степень (чисто вербальный или чисто иконический текст);
- ненулевая степень (сочетание вербальных и изобразительных компонентов).

По соотношению объема информации, переданной различными знаками, и по роли изображения креолизованные тексты различаются по следующим видам:

- репетиционные (изображение в основном повторяет вербальный текст, полного повторения быть не может из-за специфики знаков той или иной знаковой системы);
- аддитивные (изображение привносит значительную дополнительную информацию);

- выделительные (изображение «подчеркивает» какой-то аспект вербальной информации, которая по своему объему значительно превосходит иконическую);

- оппозитивные (содержание, переданное картинкой, вступает в противоречие с вербальной информацией, на основе этого часто возникает комический эффект);

- интегративные (изображение встроено в вербальный текст или вербальный текст дополняет изображение в интересах совместной передачи информации);

- изобразительно-центрические (с ведущей ролью изображения, вербальная часть лишь поясняет и конкретизирует его).

По характеру связей, объединяющих вербальный и изобразительный компоненты:

- эксплицитно выраженные - непосредственная соотнесенность вербальной части с визуальной

- эксплицитно невыраженные (имплицитные связи) - опосредованная, неявная соотнесенность

1.5. Перевод креолизованного текста

Креолизованные или семиотически осложненные тексты являются заметной частью современной жизни. Учитывая востребованность людьми узнавать информацию из различных медиа источников, их значение невозможно недооценивать. Под креолизованными или видеовербальными текстами понимаются тексты, структура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (речевой/языковой) и невербальной (принадлежащей другой знаковой системе, нежели естественный язык) [Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. 1990: 180]. Примерами подобного рода текстов в письменной коммуникации являются политические и рекламные плакаты, комиксы, объявления, газетные статьи и так далее. Именно поэтому

уделяется особенное внимание проблеме адекватности перевода, прежде всего, по той причине, что значения иконического(изобразительного) и вербального компонентов не просто складываются, а тесно переплетаются между собой [Анисимова 2003: 11]. Именно это усложняет задачу переводчика, так как перевод креолизованного текста не ограничивается переводом вербальной части, необходимо также учитывать смысл и послание, которое заключено в изображении.

С точки зрения трудности работы с текстом перевод креолизованного текста, с одной стороны, ограничивает вольность переводчика, а с другой, открывает перед переводчиком новые возможности и пути решения перевода. Рассматривая иллюстрации, можно обнаружить информацию, которая не выражена вербально в тексте оригинала, но может послужить опорой при переводе. Расположение текста под картинкой и его объем в переводе не всегда соответствуют оригиналу, но роль изображения в тексте, связь вербального и невербального компонентов и их взаимоотношения не изменяются.

По определению Е.Е. Анисимовой «креолизованный текст – это сложное текстовое образование, в котором вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное воздействие на адресата» [Анисимова 2003: 236]. Но вопрос о том, «что важнее в переводе визуальная или текстовая сторона решается примерно так же, как и в фильме, где зрительный ряд обязателен, а текст – факультативен», как считает В.В. Ерофеев [Ерофеев 1996: 437]. Базовым материалом нашего исследования стала сплошная выборка примеров статей из британских газет TheGuardian, TheBBCNews, TheDailyTelegraph.

Несмотря на тот факт, что креолизованные являются довольно новой темой для исследований, в настоящее время они все больше и больше привлекают внимание лингвистов и всех интересующихся языкознанием.

Перевод как процесс декодирования смысла текста, изложенного на одном языке, посредством создания нового эквивалентного текста на другом языке, ставит своей задачей донести до адресата, принадлежащего одной языковой и культурной общности, сообщение автора текста, принадлежащего другой общности. Акцент делается на адекватную и полноценную передачу мысли автора [Ерофеев 1996: 138]. Применительно к креолизованным текстам перевод должен «адаптировать» визуально и вербально передаваемую мысль для восприятия иностранцем.

Основные проблемы при переводе таких семиотически осложненных текстов состоят в переводе текстов с элементами интертекстуальности, специфической социокультурной информацией и различиями в коннотации слов языка оригинала и языка перевода.

Одним из наиболее часто встречающихся языковых явлений в текстах вообще и в креолизованных текстах в частности считается интертекстуальность. Данный термин был введен в 1967 г. теоретиком постструктурализма Ю. Кристевой для обозначения общего свойства текстов, выражающегося в наличии между ними связей, благодаря которым тексты (или их части) могут многими разнообразными способами явно или неявно ссылаться друг на друга [Кристева 1995: 315]. Интертекстуальность исследуется преимущественно в двух направлениях – литературоведческом и лингвистическом. Мы в своем исследовании подходили к данному явлению с лингвистической точки зрения. Основное условие возможности перевода текста с интертекстуальностью – общеизвестность источника, его общекультурная и национально-культурная значимость. Только в этом случае интертекстуальные связи могут быть поняты представителем другой культуры и могут вызвать в его сознании необходимую систему ассоциаций.

Основными трудностями перевода креолизованных текстов публицистического стиля являются:

- понимание общего смысла текста
- определение эмоциональной окрашенности

- подбор адекватных языковых средств

1.6. Характеристики адекватного перевода публицистики

Адекватный устный и письменный перевод публицистики отличается:

- доступностью. Публицистический стиль более похож на разговорную речь, чем остальные стили. Поэтому сложносочинённые конструкции можно упрощать, используя разные переводческие приёмы (интеграцию, добавление, расщепление, замену). При этом основной вид оригинального текста должен быть сохранён;

- точностью. Донесение информации — это основная задача публицистического произведения. Переведённый текст не должен приукрашивать события и содержать фактических ошибок;

- сохранением авторского стиля. Автор смотрит сквозь призму собственного опыта на все описываемые события и выявляет те стороны события, которые он выбрал сам. Хороший переводчик ощущает настроение и стиль автора, что позволяет ему передать их с минимальными искажениями;

- адекватностью. У публицистических текстов есть две главные характеристики: экспрессивная и денотативная. Денотативная — необходимость передачи информации. Экспрессивная — передача отношения к событию. Качественный перевод должен максимально отражать оригинал как фактически, так и эмоционально.

Переводчик не только переводит текст, но и является его редактором. Для этого явления западные лингвисты ввели понятие «transediting» (трансэдитинг), что при дословном переводе означает редактирующий перевод. Это может быть и добавление ссылки на определённый информационный ресурс, и добавление своего комментария для пояснения, и преобразование одних величин в другие.

1.7. Трудности перевода в публицистике

При переводе текстов в публицистическом стиле переводчик сталкивается с задачей перевода:

- имён. Например, в английской публицистике принято использовать аббревиатуры фамилий: RLS = RobertLouisStevenson, Ike =Eisenhowerи др. Такие журналистские «вольные» сокращения привычны для англоговорящего читателя, но незнакомырусскому реципиенту. Сокращенные имена нужно расшифровывать, а прозвища — комментировать или не давать вообще;

- сокращений. У многих сокращений есть аналог в русском языке, например: CIF (cost, insurance, freight) – СИФ (условие поставки, по которому продавец оплачивает перевозку товара до пункта назначения (обычно это порт в стране импорта) и расходы по страхованию товара на время перевозки, т.е. цена СИФ включает в себя: стоимость товара, страхование и фрахт). Если в тексте появляются аббревиатуры названий организаций, не имеющие в русском языке официального эквивалента, переводчик может дать буквенное сокращение русского перевода;

- терминов. Часто встречаются в научно-популярной, политической и экономической тематиках. Если вам встречается незнакомый термин, можно проверить его значение в тематическом словаре, глоссарии или в интернете. Многие термины переводятся калькированием, например, «land-basedmissile»можно перевести как «ракета наземного базирования». Со многими, но далеко не со всеми. Не зная значения выражения «Junk-bond», сложно догадаться, что им называют организации на грани банкротства;

- неологизмов. В процессе перевода слова обычно выделяют два этапа: уяснение его значения в контексте и передача значения средствами переводящего языка. К примеру, если мы захотим объяснить иностранному читателю, что такое «обломовщина», одним словом здесь не обойтись, потребуется объяснить само явление и познакомить с первоисточником;

- аллюзивности. Читатель живёт в развивающемся мире, где каждый день появляются новые книги, сериалы, фильмы, песни. Культурный контекст сильно влияет на наше восприятие действительности. Автор может обращаться к цитатам из нового фильма, к герою книги или даже мему в интернете. И читателю не сложно будет понять их смысл, так как он живёт в том же культурном контексте. Для иностранной аудитории потребуется дополнительное пояснение;

- заголовков. В английских периодических изданиях часто используется «заголовочный жаргон»: claim, attack, crack, bancrash, cut, hit, dash, rush, move и др. Следует помнить, что эти слова могут иметь не одно значение. Например: «Trump attacks Jeff Sessions» в контексте звучит не как «Трамп атаковал», а «Трамп раскритиковал».

- юмора. Поскольку публицистика стилистически стремится к схожести с разговорной речью, автор может иронизировать, высказывать личное мнение и шутить. Например: «Poor air quality puts steelworks in bad odour with locals». Автор пишет о негодовании жителей промышленной зоны в Уэльсе, вызванным смогом. Местные жители винят металлургические предприятия в выбросе вредных веществ в атмосферу. Каламбур основан на комбинации словосочетания «bad odour» (плохой запах) и «in bad odour with somebody» (в немилости у кого-либо). Нельзя перевести эту игру слов калькированием — лучше подыскать подходящие выражения из запасов русского языка.

Выводы по первой главе

В результате проведенного исследования выяснилось, что медиадискурс – это когнитивно-социальный и регулятивный механизм, непосредственно направленный как на социальное самопознание, так и на социальное конструирование, а также на объективацию и моделирование общественного сознания (объективированной в совокупности публично заявленных текстов рефлексии общества своей действительности и деятельности) и общественного мнения (оценочного суждения относительно социальной действительности и деятельности) посредством производства, тиражирования и регулярной доставки широкой аудитории социально значимых смыслов и оценок.

Из большого количества вышеупомянутых параметров дискурса масс-медиа можно выделить следующие основные его направления: целевой ориентир, когнитивный анализ, коммуникационный приём, предметно-тематический указатель, контекстный подход. Для того, что бы медиадискурс правильно функционировал необходимо выявление всех параметров для его общего анализа. Исходя из этого, содержание параметров медиадискурса взаимосвязаны и необходимы при определении его направлений. Так, например, контекстный подход невозможно применить без изучения текстового или семантического параметра.

В общих чертах, медиадискурс представляет собой процесс речемыслительной деятельности, выраженный средствами массовой информации, направленный на не определённую аудиторию.

Таким образом, основным невербальным средством, функционирующим в креолизованном тексте, является изображение.

К сожалению, пока еще не выработана единственная позиция о роли образа в процессе восприятия креолизованного текста и передачи информации, которая есть в тексте.

На сегодняшний день лингвисты и ученые рассматривают креолизованный текст в совокупности с вербальными и невербальными

элементами и исследуют влияние их сочетания на восприятие информации, в то время как авторы подобных текстов активно пользуются стратегиями коммуникации для создания необходимого эффекта на читателя.

Из этого можно сделать вывод, что в наши дни информация в её невербальном виде гораздо больше привлекает внимание реципиента из-за её простого и доступного подхода к пониманию, чем её текстовая часть. Из-за частого использования телевидения, информационно-аналитических порталов, радио постепенно меняются способы передачи информации.

Однако в случае креолизованного текстаневербальный вид информации сопровождается текстовой частью, которую необходимо перевести наиболее доступно и приближённо для понимания реципиента, говорящего на другом языке. Мысль автора не всегда можно понять, глядя лишь на одну картинку, поэтому переводкреолизованного текста должен «адаптировать» визуально и вербально передаваемую мысль для восприятия иностранцем. Здесь на передний план выходит проблема перевода текста с элементами интертекстуальности, то есть со специфической социокультурной информацией и различиями в коннотации слов языка оригинала и языка перевода. Для перевода такого текста нужно учитывать общеизвестность источника, его общекультурную и национально-культурную значимость.

Основными характеристиками адекватного перевода публицистики являются:

- Доступное понимание
- Точность донесения информации
- Сохранение авторского стиля
- Передача фактического и эмоционального отношения к событию

Из наиболее распространённых трудностей перевода публицистики является перевод имён, сокращений, терминов, неологизмов, аллюзивности, заголовков, юмора.

Исследование позволяет сделать вывод о том, что изучение приближённый перевод креолизованного текста, как типа текста, состоящего из вербального и невербального элементов, определенно играет огромную роль в современной жизни, поскольку является одним из самых внушительных и используемых способов передачи информации в современном мире.

Глава 2. ПЕРЕВОД КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА В ПУБЛИЦИСТИКЕ

Современная жизнь немыслима без широкого и заметного использования так называемых креолизованных или мультимедийных текстов.

Креолизованные тексты в печатных СМИ выходят на лидирующие позиции, а тенденция перехода от вербальных составляющих материала к иконографическим является одной из самых насущных [Ленкова 2011:125].

Иллюстрация к основному тексту может быть представлена в виде фотоматериала, нарисованного текста или рисунка. Для того, чтобы иллюстрации относились к прилагаемой статье, журналисту необходимо на это указать посредством аттрактивных подписей или комментариев к иллюстрациям.

2.1. Роль подписи в креолизованном тексте

Роль подписи в структуре креолизованного текста, с позиции Е.Е. Анисимовой, неоднозначна, в этом отношении могут быть выделены три группы текстов [Анисимова 2003:66-67]:

- креолизованные тексты, состоящие из изображения и подписи (или ряда изображений и подписей);
- креолизованные тексты, не включающие в свой состав подписи. Такие тексты состоят из вербального текста и примыкающего к нему изображения без сопровождающей подписи;
- креолизованные тексты, состоящие из вербального текста, изображения и подписи. Эти типы текстов наиболее распространены в современной коммуникации; подпись выступает в качестве вспомогательного, однако функционально особо емкого компонента текста,

отвечающего за идентификацию изображения и одновременно за его связь с основным текстом.

2.2. Степень креолизации текста

По степени креолизации тексты имеют частичную и полную креолизацию. Частично креолизованные тексты имеют невербальную (иконическую) составляющую в качестве дополнения к основной информации (газетные публикации, иллюстрации в художественной литературе). Невербальный элемент обязателен в полностью креолизованных текстах, он также находится в связке с вербальным элементом (например, в научно-технических текстах). Сочетание вербальных и невербальных средств передачи информации образует креолизованный (смешанного типа) текст. Это позволяет сделать вывод, что креолизованный текст – это текст, который содержит в себе вербальные и невербальные (чаще всего изображения) знаки.

2.3. Газетно-публицистический стиль

В газетно-публицистическом стиле реализуется языковая функция воздействия (агитации и пропаганды) в комбинации с информативной функцией (сообщение новостей). В публицистических текстах затрагиваются проблемы широкой тематики – политические, экономические, моральные, философские, вопросы культуры, воспитания, бытовые темы.

Для публицистических текстов характерно рассмотрение глобальных проблем (моральные, политические, экономические, бытовые, социальные темы) посредством СМИ, а также стремление повлиять на мнение людей. Газетно-публицистический стиль характеризуется реализацией волюнтаривных функций языка (призывно-побудительные лозунги, агитации) в сочетании с функцией сообщения (новости, справки).

Учитывая тот факт, что публицистические тексты несут в себе политический подтекст, начиная со второй половины 19 века популярность приобретали политические карикатуры. "Одной из важнейших форм невербального общения людей издавна считается карикатура", – пишет А. В. Дмитриев [Дмитриев 1996:214]. Карикатура применяется в политической коммуникации как набросок, имитирующий кого-то в преднамеренно гиперболизированном, забавном, искаженном облике.

«В настоящее время карикатура чаще воспринимается не просто как некое средство критики, иронии, но и как некое зеркало современности, чутко реагирующее на все изменения в обществе, как значимый источник данных о взаимоотношениях между людьми, политическими событиями и властью» [Будаев, Чудинов 2006: 132].

В основном политическая карикатура отображает образ актуальных проблем в мире, например: положение войны и мирные договоры, избирательные кампании, коррупционное правительство, переизбрание президента и так далее. Отсюда следует, что политическая карикатура оказывает воздействие на сознание людей, тем самым формируя общественное мнение.

В ходе исследования за период 2018-2019 года был проанализирован материал из статей трёх ведущих публицистических изданий: «The Guardian», «The BBC News», «TheDailyTelegraph». Из них было выделено 20 статей с 56 примерами креолизованного текста:

- 38 фотографий (*BBC – 12, The Guardian – 20, The D.T. – 6*)
- 6 изображений графиков и схем (*BBC*)
- 8 скриншотов (*The Guardian*)
- 4 карикатуры (*The Guardian – 3, Punch – 1*)

По мнению исследователей, политическая карикатура имеет авторский почерк, который несет в себе индивидуальную интерпретацию событий. Однако большинство ученых сходятся во мнении, что такая интерпретация несомненно имеет отпечаток общественного сознания. Таким образом,

изучение политической карикатуры оказывается значительным и достоверным источником информации о национальном сознании.

Знаменитые карикатуристы культового журнала юмора и сатиры «Punch» в начале двадцатого века рисовали образы выдающихся людей Первой мировой войны, применяя тонкий английский юмор, откровенные издевательства в адрес противников британской империи. Рис. 1. демонстрирует наглядный пример классической карикатуры: Кайзер Германии Вильгельм II – неизменный персонаж британских карикатур – в объятых медведя, одетого в форму русского солдата. Такой образ пропагандировался до тех пор, пока российская армия на Восточном фронте сдерживала наступление австро-германских войск. В силу этого, политическая карикатура может послужить фрагментом формирования идейно-образных ассоциаций в массовой культуре. Карикатура полностью креолизована, отсутствие вербального текста позволяет акцентировать внимание реципиента на визуальный образ, который помогает лучше усвоить сопутствующий ему написанный материал. В данном случае изображение «подчеркивает» некий аспект вербальной информации, которая по своему объему значительно превосходит иконическую, что позволяет нам охарактеризовать данный пример как выделительный креолизованный текст. Иллюстрация также вызывает повышенную заинтересованность у читателя в теме публикации, эмоции и размышления на данную тему.



Рис. 1. Английская карикатура из британского журнала «Punch», 1917

В следующем примере иконический элемент креолизованного текста сопровождается вербальным комментарием. В то время как изображение создаёт чисто комический эффект для привлечения внимания, его вербальная часть нацелена на восприятие реципиентом важного аспекта новостного сообщения, т.е. содержание, переданное картинкой, вступает в противоречие с информативным содержанием подписи, что делает креолизованный текст оппозитивным, когда содержание, переданное картинкой, вступает в противоречие с вербальной информацией, на основе этого часто возникает комический эффект.

Выражая недовольство политическими планами венгерского премьер-министра в отношении Евросоюза, британская газета TheGuardian изобразила влияние Виктора Орбана, высмеивая его намерения по внедрению своей идеологии в другие страны, то есть изображение привносит дополнительный оттенок отношений британских СМИ к политику, что указывает на аддитивный характер. Связь между вербальным и изобразительным

компонентами является имплицитной, так как текст не соответствует эмоциональной окраске изображения. Такого рода креолизированный текст реализует волюнтаривную функцию языка в сочетании с функцией сообщения. Художник-иллюстратор и автор печатного текста имеют общую целевую установку, с общим сюжетом и темой. Хотя художник, ввиду своего творческого мышления, имеет свой взгляд на вещи, формально он придерживается сюжетно-композиционной линии статьи, однако, отражает в иллюстрациях свое видение темы обсуждения.

Данный перевод содержит в себе переводческую трансформацию конкретизация. При переводе словосочетания «terminoffice» учитывается его контекстуальное окружение: в статье речь идёт о премьер-министре Венгрии, следовательно, «term» будет переводиться как «срок пребывания на посту главы государства».

При переводе применяется ещё одна лексическая трансформация – калькирование. Сущность калькирования заключается в создании нового слова или устойчивого сочетания в ПЯ, копирующего структуру исходной лексической единицы. Например, русское прилагательное «ультраправый» – калька английского «far-right» (far – ультра, right – правый).

Перевод относится к одному из основных типов грамматической трансформации – перестановка предложений. Перестановки – это изменение расположения элементов в тексте перевода по сравнению с расположением элементов в тексте подлиннике. Элементами являются части простого предложения: «Hungary'sprimeministerhaswonanotherterminoffice – tothedelightofEurope'sfar-right» – «К радости ультраправых Европы премьер-министр Венгрии обеспечил себе ещё один срок пребывания на посту главы государства».

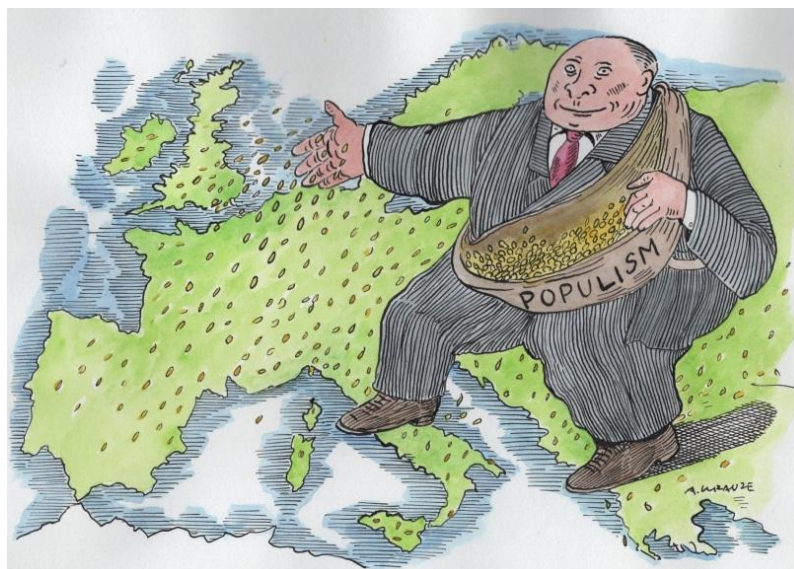


Рис. 2. Hungary's prime minister has won another term in office – to the delight of Europe's far-right. / К радости ультраправых Европы премьер-министр Венгрии обеспечил себе ещё один срок пребывания на посту главы государства. (TheGuardian, 2018)

К типу креолизованных текстов также можно отнести фотографии. Данное изображение имеет подпись и, что более примечательно, призывно-побудительный лозунг – дополняющий вербальный текст, встроенный в изображение. Образ может быть понятным без словесного содержания. Словесный комментарий описывает изображение, при этом дублируя его информацию. Таким образом словесный комментарий выполняет вторичную, дополнительную функцию. Креолизованный текст можно определить как изобразительно-центрический, где изображение доминирует над вербальной частью, которая лишь поясняет и конкретизирует его. Изображение оказывает воздействие на сознание людей, демонстрирует общественное мнение со стороны граждан, делает отсылки к внутреннему политическому положению страны.

Грамматические замены – это способ перевода, при котором грамматическая единица в оригинале преобразуется в единицу ПЯ с иным грамматическим значением. Здесь мы можем видеть замену типа предложения: сложное предложение оригинала заменено на простое

предложение перевода: «The EU is not nearly as popular as it once was in Italy» – «ЕС потерял свою популярность в Италии».

Также мы можем наблюдать замену части речи, где существительное заменяется глаголом: «The EU is not nearly as popular...» – «ЕС потерял свою популярность...».

По структуре предложения можно наблюдать лексическую трансформацию – смысловое развитие. Модуляцией или смысловым развитием следует считать замену слова или словосочетания ИЯ единицей ПЯ, значение которой логически выводятся из значения исходной единицы. «The EU is not nearly as popular as it once was in Italy» – «ЕС потерял свою популярность в Италии». (ЕС не так популярен, как когда-то был, стало быть, ЕС потерял свою популярность).



Рис. 3. The EU is not nearly as popular as it once was in Italy /
ЕС потерял свою популярность в Италии. (The BBC News, 2018)

В печатных изданиях значительное большинство иллюстраций и фотоматериалов становятся независимыми публикациями. В таких случаях объектом, предоставляющим основную информацию, может выступить

фотоснимок одного или нескольких ранее выпущенных печатных изданий. Включенная в статью отсканированная первая полоса газеты “The Daily Telegraph” 1945 года возвращает читателя к истокам материала и выступает в роли дополнительной информации. Такого рода креолизованный текст имеет аддитивный характер. Также, изображение доступно для понимания без словесного содержания. Комментарий лишь описывает изображение, при этом дублируя его информацию. Из этого следует, что словесный комментарий выполняет вторичную функцию. А по сочетаемости вербального и не вербального компонентов креолизованный текст относится к типу репетиционных, так как изображение в основном повторяет вербальное содержание подписи.

При переводе аббревиатур следует учесть степень фоновых знаний реципиента, так как исходная аббревиатура не должна остаться за пределами его восприятия. «VE Day» расшифровывается как Victory in Europe Day. Без знания контекста русскому человеку будет проблематично понять данную аббревиатуру; это позволяет сделать вывод о том, что применение транскрипции или транслитерации в данном случае не допустимо. Необходим контекстуальный перевод и полное раскрытие аббревиатуры, как и сделал переводчик: «День Победы в Европе».

При переводе изменилась структура данного предложения, так как переводчик применил трансформацию членения предложения. Предложение оригинала делится на два предложения в переводе: «The Daily Telegraph's VE Day front page» – «Первая полоса в The Daily Telegraph. День Победы в Европе».



Рис.4. Germany capitulates! The Daily Telegraph's VE Day front page /

Германия капитулирует! Первая полоса в TheDailyTelegraph. День Победы в Европе.

(TheTelegraph, 2018)

Графики и схемы – это способ визуализации данных, знаний, информации. Данный график содержит статистику государственных долгов стран Европы в процентах от ВВП на 2017 год. Таким образом, Великобритания демонстрирует ухудшающуюся экономическую ситуацию и существенное различие внутривнутриполитических положений стран членов ЕС. В таких графиках заложена интегративная функция, когда изображение встроено в вербальный текст и дополняет изображение в интересах совместной передачи информации. С помощью визуального образа таблицы и кривых линий на координатной плоскости читатель сможет проанализировать прочитанную статью, ознакомиться с политическим и экономическим положением Европы и запечатлеть информацию.

В данном переводе прослеживается лексическая трансформация – конкретизация. Слово сочетание «thesecondhighestinEurope» с широким значением было заменено на более узкое значение «второй по величине среди стран Европы». Конкретизация также сопровождается изменением структуры данного предложения.

В данном словосочетании была применена грамматическая трансформация – добавление или декомпрессия. Этот тип переводческой трансформации основан на восстановлении при переводе опущенных в оригинале подходящих слов: «thesecondhighestinEurope» – «второй по величине среди стран Европы».

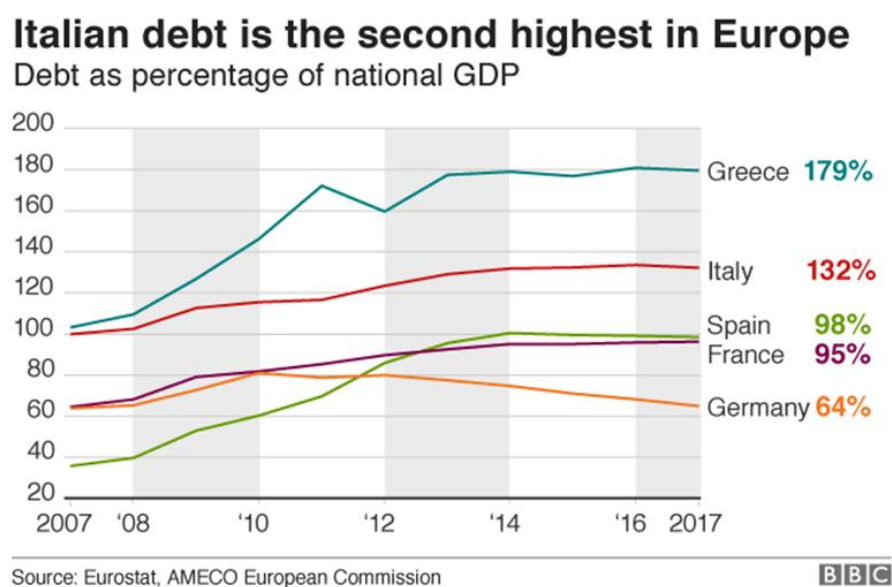


Рис. 5. *ItaliandebtisthesecondhighestinEurope.* / *Долг Италии является вторым по величине среди стран Европы.* (The BBC News, 2018)

Социальная сеть Twitter всё больше становится одним из главных и наиболее актуальных распространителем новостей. Газета TheGuardian, помимо публикации, сделанной из своего аккаунта, применила данный скриншот в собственной статье. Более того, скриншоты всё чаще широко применяются в статьях, и несут равную информативную и эмоциональную нагрузку наравне с фотографиями и схемами. TheGuardian разместила на первой странице редкую фотографию парламентского коридора, по которому толпой идут депутаты, чтобы проголосовать против соглашения Мэй по Брекситу. По соотношению объема информации, переданной различными знаками, и по роли изображения данный пример креолизованного текста

можно отнести к виду выделительного. Фотография «подчеркивает» отношение участников тори к решению Мэй, тем самым выделяет аспект вербальной информации, превосходящая по своему объёму иконическую.

В случае перевода было применено синтаксическое уподобление, то есть дословный перевод. Элемент конкретизации прослеживается во второй части подписи «asToriesturnagainsther». «Turnagainstsmb» переводится как восстать против / обращать(ся) против кого-либо. Переводчик сделал акцент на том, что участники тори «выступили против» Терезы Мэй, демонстрируя своё несогласие с её решением.

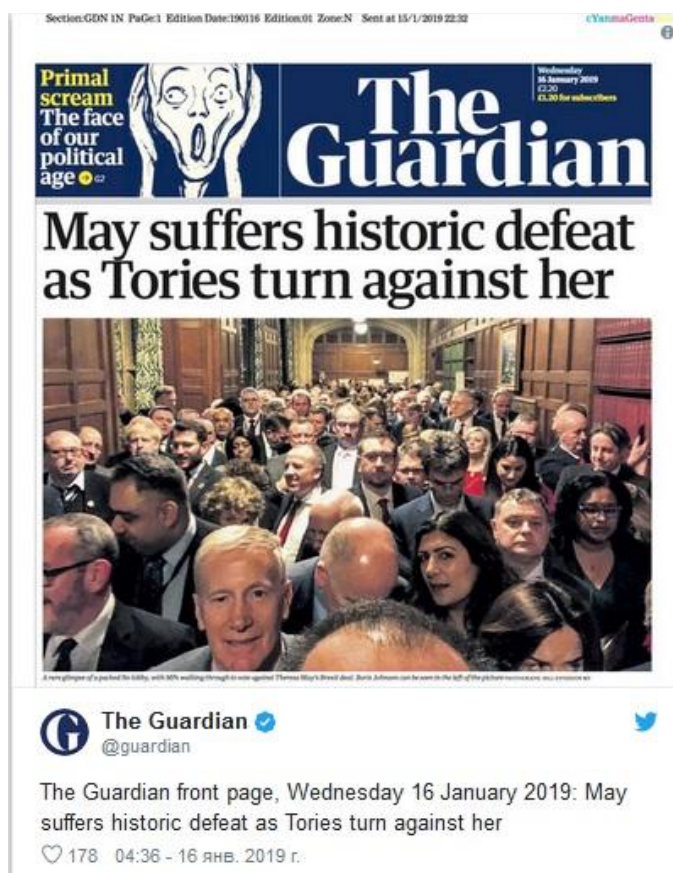


Рис. 6. MaysuffershistoricdefeatasToriesturnagainsther. / Мэй потерпела историческое поражение, поскольку против нее выступили тори. (TheGuardian, 2019)

Данный вид невербальной информации представляет собой фотографию и подпись к ней. Из проведенного исследования, данный вид креолизованного текста наиболее часто применяется в газетных статьях. Данное изображение наиболее полно отражает реакцию ЛГБТ активистов на решение Верховного суда Индии об отмене наказания за гомосексуализм. Данный пример относится к одному из видов креолизованного текста – изобразительно-центрическому, где доминирующая роль относится к изображению, а вербальная часть лишь поясняет его.

При переводе изменилось расположение элементов в тексте перевода по сравнению с расположением элементов в тексте подлиннике. Была применена перестановка, где части сложного предложения при переводе поменяли местами: «CampaignerscelebrateasIndiadecriminaliseshomosexuality» – «Индия легализовала гомосексуализм, демонстранты ликуют».

Так же была применена генерализация: в оригинале «campaigners» переводится как «активисты», то есть люди, которые занимаются деятельностью в большинстве случаев на благо общества или в его интересах.

В следующем примере генерализации при переводе «демонстранты» отображают общее понятие людей, участвующих в какой-либо политической демонстрации. Слово «decriminalise» несёт в себе понятие исключения из уголовного законодательства тех видов деяний (собственно деяний), которые не представляют в данный момент опасности для общества. А «легализация» – это придание законной силы с оттенком декриминализации.



Рис. 7. Campaigners celebrate as India decriminalises homosexuality /
Индия легализовала гомосексуализм, демонстранты ликуют. (The Guardian, 2019)

Выводы по второй главе

Главная особенность креолизованного текста представляет собой «определенную концепцию СМИ, обосновывающую и оправдывающую его существование, дающую конкретные установки, типы реагирования, фильтрации событий, отбора материала, его подачи и трактовки» [Антропова 2012:143]. С точки зрения когнитивной науки в данном случае происходит планомерное воздействие на картину мира участников коммуникации.

В современных печатных изданиях ведущим элементом становится независимая иллюстрация, которая является относительно новым газетным материалом, информирующим в равной степени с полноценной текстовой подачей. Вследствие своей практичности такой фотоматериал имеет особое воздействие на реципиента.

В ходе исследования был проведен анализ различных креолизованных текстов по соотношению объема информации, переданной различными знаками, и по роли изображения. На этой основе нами выделены 6 основных видов креолизованного текста:

- Репетиционные
- Аддитивные
- Выделительные
- Оппозитивные
- Интегративные
- Изобразительно-центрические

Среди креолизованных текстов (35%) во всех печатных изданиях преобладают интегративные тексты (по соотношению объема информации, переданной различными знаками), которые объединяют вербальную и невербальную части для достижения целостности.

25% текстов, проанализированных в ходе исследования, являются выделительными. Функцией изображения становится акцент на каком-либо

пункте ведущей статьи, тем самым конкретизирует и указывает на наиболее важный аспект основной тематики.

В среднем, при передаче информации используются аддитивные тексты (14%), где иллюстрация оказывает определенную дополнительную информацию и оппозитивные тексты (11%), в которых иллюстрация идёт вразрез с вербальной информацией, при этом, вызывая комический эффект.

Нечасто в статьях используют изобразительно-центрические тексты (9%) и репетиционные тексты (6%). Это говорит о том, что авторы практически не употребляют или редко прибегают к подобным видам креолизованных текстов.

Таким образом, невербальный элемент креолизованного текста, показывает отношение авторов к событиям и создаёт сильнейший эмоциональный эффект на читателя. В большинстве случаев фотоэлементы выполняют интегративную функцию в вербальном тексте, а текст в статьях выступает в роли дополнения к ведущему изображению в интересах совместной передачи информации.

Анализ перевода основывается на применении лексических и грамматических трансформаций. Главным объектом перевода в креолизованных текстах являются подписи. Наиболее применяемой лексической трансформацией является конкретизация (63%), где единицы ИЯ с более широким значением заменяются на единицы ПЯ с более узким значением. Среди грамматических трансформаций на передний план выходят грамматические замены (51%) и дословный перевод (39%).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Разнообразные креолизованные тексты способны охватывать тексты газетно-публицистические, научно-технические, тексты-инструкции, иллюстрированные художественные тексты, тексты рекламы, афиши, комиксы, плакаты, листовки и др. Применение креолизованных текстов стремительно возрастает по мере возрастания нового качественного процесса развития речевой коммуникации, отвечающий потребностям современного общества.

Данная работа проводилась с целью способов перевода и более комплексного изучения креолизованного текста, так как минимальное количество литературы и исследований по этому вопросу, недостаточная разработка темы, но значительная важность креолизованных текстов, вызывает интерес к проведению новых практических исследований.

Удалось доказать, что применение и знание различных типов креолизованного текста помогает переводчику наиболее точно передать лексические единицы с исходного языка на переводящий язык и добиться эквивалентности перевода, как на семантическом, так и на синтаксическом уровнях. Так же, для наиболее эквивалентного перевода креолизованного текста наиболее часто применяются такие трансформации как конкретизация, грамматические замены и дословный перевод.

Восприятие графической информации происходит быстрее и легче, чем текстовой, поэтому в борьбе за внимание реципиента СМИ вынуждены изменять свой формат подачи информации, добавляя в них фотографии, карикатуры или графики. Креолизованные тексты, используемые в публицистике, характеризуются следующими системообразующими признаками: включение короткого текста и невербального компонента, графических знаков и элементов различных семиотических систем (подписи-названия к изображению, сопутствующие статьи и т.д.).

Однако перевод тоже играет немало важную роль. Невербальный компонент в большинстве случаев достаточно трудно понять без контекста,

поэтому креолизованный текст чаще всего неразрывно связан с вербальным компонентом. Из проведённого нами исследования можно сделать вывод, что контекстуальный перевод креолизованных текстов является наиболее эффективным, позволяет максимально облегчить восприятие текста и способствовать оказанию соответствующего коммуникативного эффекта на реципиента.

В заключении данного исследования отметим, что изучение креолизованного текста в публицистическом дискурсе является перспективным и актуальным направлением современной науки, на данный момент можно говорить только о формировании как предмета изучения, так и методики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеев, Ю.Г. Восприятие креолизованного текста иноязычным реципиентом (к постановке проблемы)[Текст] / Ю.Г. Алексеев // Проблемы прикладной лингвистики. Матер.семинара. 4.1. –Пенза, 1999.– С.8-10.
2. Алексеева, И.С. Введение впереводоведение: учеб. пособие для студ. филол. и лингв, фак. высш. учеб. зав.[Текст] / И.С. Алексеева. – СПб.: Филол. фак-т СПбГУ; М.: Издат. центр «Академия», 2004. – С. 140-142.
3. Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация [Текст]: учеб.пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов / Е.Е. Анисимова –М.: Издательский центр «Академия»,2003. – 128 с.
4. Анисимова, Е.Е. О целостности и связности креолизованного текста [Текст] / Е.Е. Анисимова//Филологические науки, 1996. –№ 5.– 85 с.
5. Ахманова, О. С. Теория и практика перевода в свете учения о функциональных стилях речи [Текст]/ О.С. Ахманова, В. Я. Задорнова // Под ред. Н. К. Гарбовский. — Изд-во МГУ Москва, 1981. – 220 с.
6. Ахманова, О.С. Задорнова В.Я. Лингвистические проблемы перевода[Текст] / О.С. Ахманова–М.: Академия, 2001. – 127 с.
7. Бархударов, Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теорииперевода)[Текст] / Л.С.Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975.
8. Березин, В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия [Электронный ресурс] / В.М. Березин. – М.: Изд. РИП-холдинг, 2003. —174 с. // Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text7/62.htm> (Дата обращения: 01.04.2019), свободный
9. Бернацкая, А.А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние// Речевое общение: Специализированный

- вестник [Текст]/ А.А. Бернацкая–Краснояр. Гос. ун-т; Под редакцией А.П.Сковородникова. Вып. 3 (11). –Красноярск, 2000.
10. Богуцкая, И.Н. Лингвистическая сущность классного (аудиторного) образовательного дискурса[Текст] / И.Н. Богуцкая// Вестник Югорского государственного университета. Вып. 1 (12). – Ханты-Мансийск: Югорский государственный университет, 2009. – С. 49.
 11. Будаев, Э.В. Метафора в политическом интердискурсе: монография[Текст] / Э.В.Будаев, А.П. Чудинов / Урал.гос. пед. ун-т. — 2-н изд., испр. и доп. — Екатеринбург, 2006 – 213 с.
 12. Ван Дейк, Т.А. Язык. Познание. Коммуникация[Текст] / Т.А. Ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 310 с.
 13. Ворошилова, М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения[Текст] / М.Б. Ворошилова // Политическая лингвистика: Сборник научн. трудов. Вып. 20 / Урал. гос. пед.ун–т. — Екатеринбург: Урал.гос. пед. ун–т, 2006. — С. 189.
 14. Гак, В.Г. Языковые преобразования [Текст]/ В.Г. Гак — М.: Школа “Языки русской культуры”, 1998. – 768 с.
 15. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. [Текст] / И.Р. Гальперин — Изд. 5–е, стереотипное — М.: КомКнига, 2007. – 144с.
 16. Гарбовский, Н.К. Теория перевода. [Текст]/ Н.К. Гарбовский. — М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2004.– 544 с.
 17. Головина, Л.В. Влияние изображения на смысловое восприятие креолизованного текста (Экспериментальное исследование) //Речевое воздействие: психологические и психолингвистические проблемы. [Текст] / Л.В. Головина – М.: АН СССР, Инст. языкознания, 1986.– 180 с.
 18. Демьянков, В.З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века [Текст] / В.З. Демьянков // Язык и наука конца XX века. – М.: Ин-т языкознания РАН, 1995. – С. 320.

19. Дмитриев, А.В. Социология юмора: Очерки [Текст] / А.В. Дмитриев / РАН Отд. Философии, социологии, психологии и права. — М., 1996. — 214 с.
20. Дмитриева, Н.А. Изображение и слово [Текст] / Н.А. Дмитриева. — М., 1962 — 85 С.
21. Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиа текстов: Опыт исследования современной английской медиа речи. [Текст] / Т.Г. Добросклонская — М.: МАКС Пресс, 2000.— 54 с.
22. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь): учеб. пособие. [Текст] / Т.Г. Добросклонская — М.: Наука, 2008.— 264 с.
23. Желтухина, М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: дис. ... докт. филол. наук. [Текст] / М.Р. Желтухина—М., 2004. — 691 с.
24. Кожемякин, Е.А. Дискурсный подход к изучению институциональной культуры. [Текст] / Е.А. Кожемякин — Белгород: Издательство БелГУ, 2008. — 244 с.
25. Кожемякин, Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования [Текст] / Е.А. Кожемякин // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 2 (83). — 57 с.
26. Колеватов, В.А. Социальная память и познание. [Текст] / В.А. Колеватов— М.: Мысль, 1984. — 112 с.
27. Комиссаров, В.Н. Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. Сборник статей. Пер. с англ., нем., франц. Вступительная статья и общая ред. перевода В.Н. Комиссарова [Текст] / В.Н. Комиссаров — М.: Междунар. отнош., 1978. — 232 с.
28. Комиссаров, В.Н. Лингвистика перевода. [Текст] / В.Н. Комиссаров— М.: Международные отношения, 1980.— 174 с.

29. Комиссаров, В.Н. Современноепереводоведение. Учебное пособие [Текст] / В.Н. Комиссаров – М.: ЭТС, 2001. – 424 с.
30. Комиссаров, В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) [Текст]/ В.Н.Комиссаров – М.: Высшая школа, 1990. – 251 с.
31. Конецкая, В.П. Социология коммуникации: учебник. [Текст] / В.П. Конецкая– М., 1997. – 35 с.
32. Корнилова, Е.Е. Гордеев Ю.А. Слово и изображение в рекламе.[Текст] / Е.Е.Корнилова, Ю.А.Гордеев –Воронеж: Издательство «Кварта», 2001. – С. 74.
33. Костенко, Г.Т.Стилистические функции графических средств в языке английской рекламы[Текст] / Т.Г. Костенко // Проблемы стилистического анализа текста. – Иркутск, 1979. – С. 68.
34. Кристева, Ю. Бахтин, слово, диалог, роман [Текст] / Ю. Кристева // Вестник МГУ. Серия 9. Филология. — 1995. — № 1. — С. 124.
35. Ленкова, Т.А. Новые тенденции в оформлении письменного дискурса печатных СМИ [Текст] / Т.А. Ленкова// Европ.журн. соц. наук. 2011. № 6. – 121-125 с.
36. Микешина, Л.А. Эпистемология ценностей [Текст]/ Л.А. Микешина. — М.: Российская политическая энциклопедия, 2007.– 178 с.
37. Миньяр-Белоручев, Р.К. Теория и методы перевода [Текст]/ Р.К. Миньяр-Белоручев – М.: Московский лицей, 1996. – 208 с.
38. Миньяр-Белоручев, Р. К. Общая теория перевода и устный перевод [Текст]/ Р.К. Миньяр-Белоручев – М.: Воениздат, 1980. – 238 с.
39. Миронова, Н.А. Религиозный дискурс, религиозный социолект и религиозный стиль — к проблеме определения понятия.[Текст] / Н.А. Миронова — Медиаскоп. — М.: Изд-во МГУ, 2011.– 156 с.
40. Михалкович,В.И. Изобразительный язык средств массовой коммуникации. [Текст] / В.И. Михалкович— М.: Наука, 1986. – С. 146.

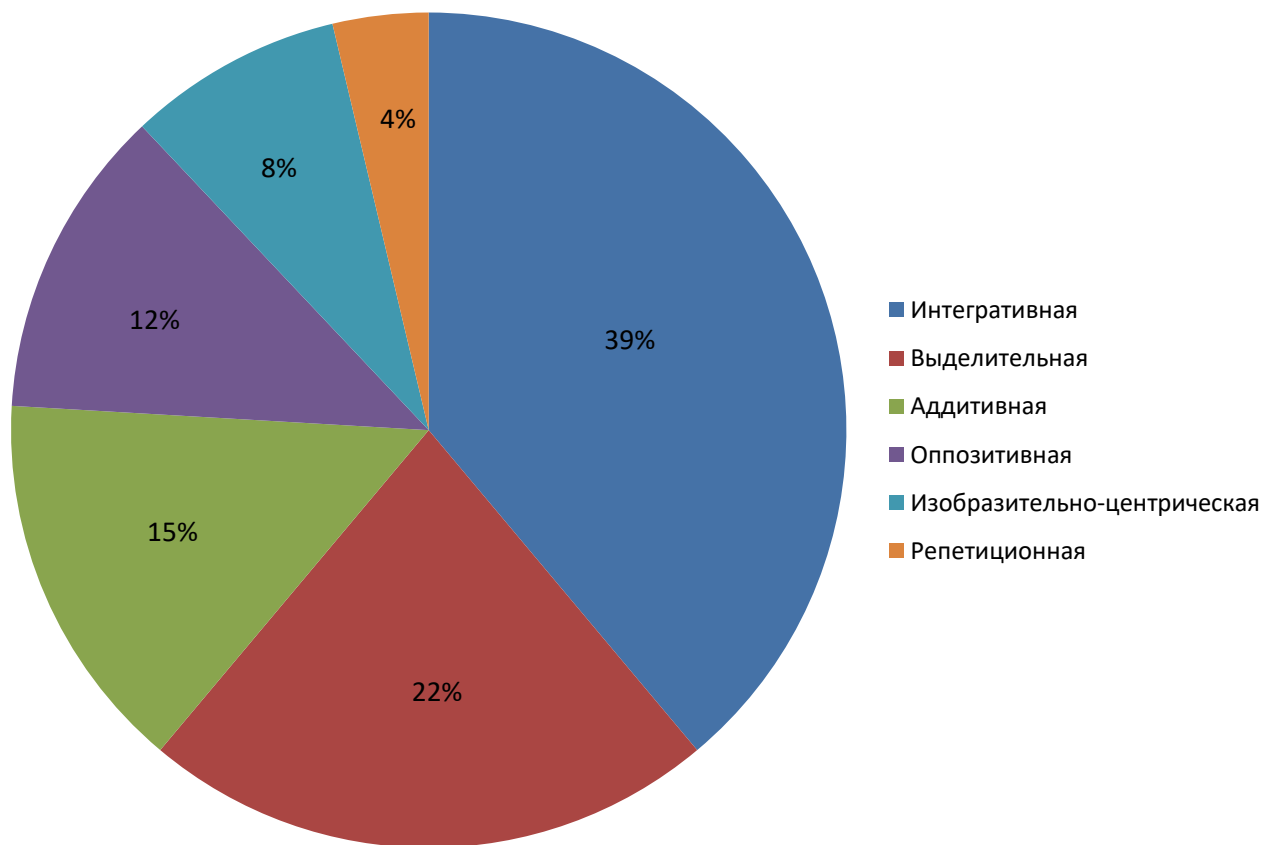
41. Нелюбин, Л.Л. Введение в технику перевода: учебное пособие.[Текст] / Л.Л. Нелюбин— М.: Флинта: Наука, 2009. – С. 251.
42. Нелюбин, Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. [Текст] / Л.Л. Нелюбин— М., 2003. –318 с.
43. Николаева, Т.М. Краткий словарь терминов лингвистики. [Текст] / Т.М. Николаева – М.: Прогресс, 1978. – 480 с.
44. Орлов, Г.А. Современная английская речь. [Текст] / Г.А. Орлова – М.: Высш. шк., 1991. – 240 с.
45. Паршин, А.В. Теория и практика перевода. [Текст] / А.В. Паршин — М., 2000. – 85 с.
перевода)[Текст] / Л.С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – 140 с.
46. Пойманова, О.В. Семантическое пространство видеовербального текста.[Текст]/ О.В. Пойманова–Автореф. дисс. . канд. филол. наук. — М.,1997.– 134 с.
47. Полонский, А.В. Современный медиадискурс: ключевые идеи и слова [Текст]/ А.В. Полонский // Русский язык в современном медиaprостранстве. Материалы Междунар. науч.-практ. конф. — Белгород: БелГУ, 2009. – 160 с.
48. Прохоров, А.М. Большая советская энциклопедия: в 30 т.[Текст] / Гл. ред. А. М. Прохоров. — 3-е изд. — М. : Сов.энцикл., 1978 – 641 с.
49. Рецкер, Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода.[Текст] / Я.И. Рецкер — М.: AUDITORIA, 2016. – 25 с.
50. Слышкин, Г.Г. От текста к символу. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. [Текст] / Г.Г. Слышкин— М.: Academia, 2000. – 124 с.
51. Сорокин, Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция [Текст]/ Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасова // Оптимизация

- речевого воздействия.— М.: Издательство «Высшая школа», 1990. – 186 с.
52. Степанов, Ю.С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности [Текст] / Ю.С. Степанов // Язык и наука конца XX века: Сб. ст. / Под ред. Ю.С. Степанова. – М.: РГГУ, 1995. – С. 73
53. Удод, Д.А. Креолизованный текст как особый вид паралингвистически активного текста [Электронный ресурс] / Д.А. Удод // Современная филология: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Уфа, январь 2013 г.). — Уфа: Лето, 2013. —99 с. — URL <https://moluch.ru/conf/phil/archive/78/3254/> (дата обращения: 28.05.2019), свободный.
54. Федоров, А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) [Текст] / А.В. Федоров.— М.: Филология три, Спб.: Филологический факультет СПбГУ, 2002.— 415 с.
55. Швейцер, А.Д. Текст и перевод [Текст] / А.Д.Швейцер – М.: Либром, 2009. – 240 с.
56. Якобсон, Р. О. лингвистических аспектах перевода [Текст] / Р.О. Якобсон // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. – М.: Международные отношения, 1978. – С. 86.

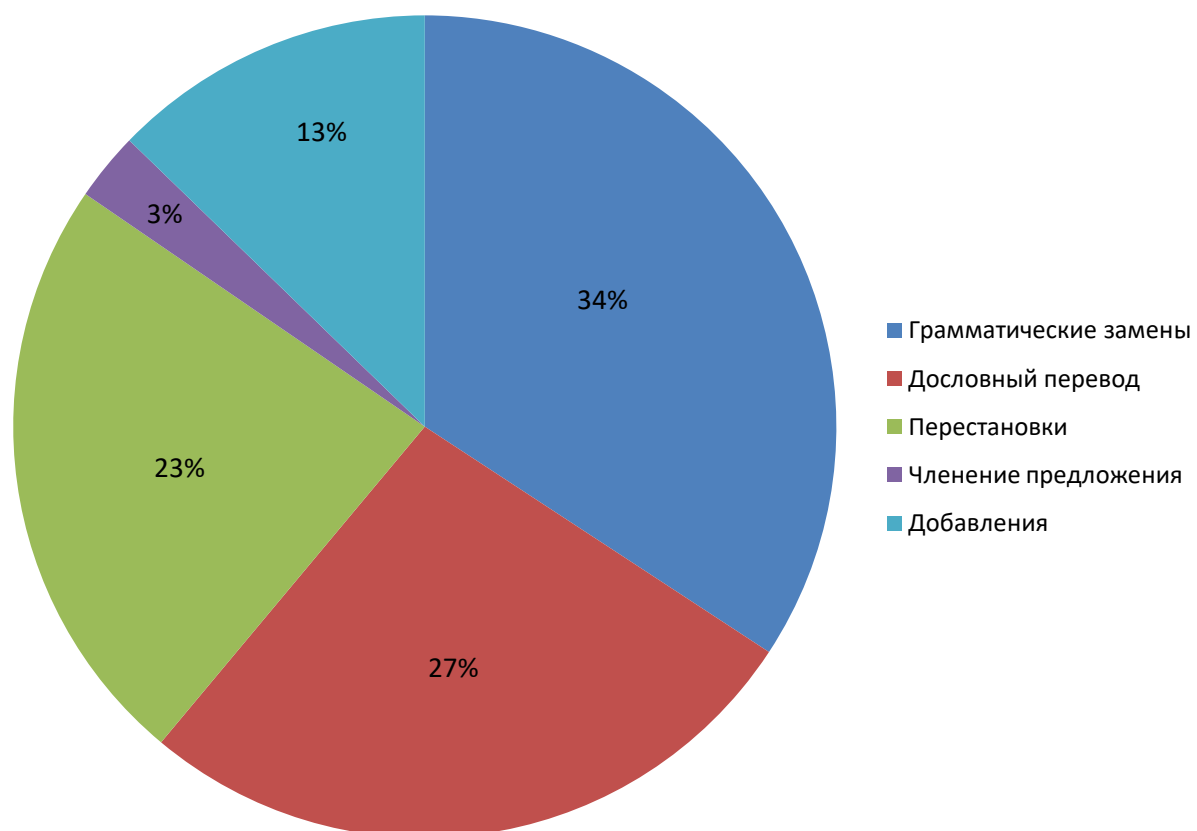
Приложения

Приложение 1

Функции креолизованного текста



Грамматические трансформации



Лексические трансформации

