

Санкт-Петербургский государственный университет

ЧЖЭН Цзыцзе

Выпускная квалификационная работа

*Интерпретация медиатекста с использованием контрастивно-
сопоставительного анализа*

(на примере английского и русского языков)

Уровень образования: бакалавриат

Направление *45.03.01 «Филология»*

Основная образовательная программа *СВ.5040.*

«Английский язык и литература»

Профиль «Английский язык и литература»

Научный руководитель:
к. пед. наук, доцент,
кафедра иностранных языков
и лингводидактики,
Гетманская А.В.

Рецензент:
доцент,
Кафедра английской
филологии и
лингвокультурологии,
Петухова Т.И.

Санкт-Петербург

2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. ОБЩИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	5
1.1. Определение понятия “медиа́текст”	5
1.2. Способы интерпретации медиа́текста	11
1.3. Специфика контрастивно-сопоставительного анализа	15
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I	25
ГЛАВА II. ИНТЕРПРЕТАЦИЯ МЕДИАТЕКСТА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КОНТРАСТИВНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА.....	28
2.1. Эффективность способов интерпретации медиа́текста с английского на русский язык	28
2.2. Распространенность приемов интерпретации медиа́текста.....	40
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II	52
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	54
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	58
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ	60
СПИСОК СЛОВАРЕЙ	62
СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ	62

ВВЕДЕНИЕ

За последние пять десятилетий средства массовой информации и их влияние на общество выросли в геометрической прогрессии в связи с развитием современных технологий. Сначала были телеграф и почта, затем радио, газеты, журналы, телевидение, а сейчас интернет и новые средства массовой информации (далее СМИ), включая сотовые телефоны и т.д. Следует учитывать положительное и отрицательное влияние СМИ, а не отрицать значимость их влияния на общество. Медиатекст используется в газетах, новостях, телевизионных и радио информационных сообщениях. Это востребованный канал для получения информации. Его влияние напрямую определяет взгляды людей на вещи. Это также одно из самых фундаментальных различий между журналистикой и другими формами письма. Написание новостей начинается с хорошего, стилистически точного языка.

Актуальность исследования обусловлена неизменным присутствием СМИ в повседневной жизни любого человека и, как следствие, регулярным знакомством его читателей с информацией, почерпнутой из медиатекстов. А также с учетом развития гражданской журналистики, процветающей в эпоху интернета, когда каждый может стать источником новостей и статей на самые разные темы, попробовав себя в роли журналиста или блогера. Знание канонов разработки медиатекста актуально для всех, кто пишет посты в сети. Не менее важно знать приемы интерпретации иноязычных медиатекстов, так как читая иноязычные новости, хочется понять их правильно.

Цель настоящей выпускной квалификационной работы: выявить способы интерпретации медиатекста на примере англоязычных и русских СМИ, используя контрастивно-сопоставительный анализ.

В работе решается ряд следующих **задач**:

- 1) дать определение понятия “медиатекст”;
- 2) рассмотреть способы интерпретации медиатекста;
- 3) описать специфику контрастивно-сопоставительного анализа;

4) рассмотреть эффективность способов интерпретации медиатекста с английского на русский язык;

5) исследовать распространенность приемов интерпретации медиатекста.

В работе использовались следующие **методы исследования**: описательно-аналитический, классификационный, метод компонентного и сравнительно-сопоставительного анализов, метод количественного анализа и контрастивно-сопоставительный анализ.

Материалом исследования послужили 8 английских рекламных слоганов, 3 заголовка, 14 статей и 8 рекламных текстов.

Структура работы определяется целями и задачами, поставленными в работе. Дипломная работа, общим объёмом 62 страницы, состоит из введения, двух глав с выводами к каждой из них, заключения, списка использованной литературы, списка словарей, списка сокращений и приложения.

Во Введении обосновывается выбор темы, её актуальность, определяются основные цели и задачи исследования.

Первая глава посвящена теоретическому обзору литературы по теме дипломной работы. Особое внимание в главе уделяется определению понятия “медиатекст”, особенностям интерпретации медиатекста и описанию контрастивно-сопоставительного анализа.

Вторая глава посвящена рассмотрению эффективности способов интерпретации медиатекста с английского на русский язык и распространенности приемов интерпретации медиатекста.

В Заключении излагаются основные результаты и подводятся общие итоги исследования.

ГЛАВА I. ОБЩИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Определение понятия “медиа́тэкст”

Понятие медиа́тэкст возникло в XX веке в связи с бурным развитием средств массовой коммуникации (медиа), когда на смену традиционному печатному тексту пришли новые разновидности текстов, связанные с кинематографом, радио, телевидением, видео, интернетом, мобильными телефонами и т. д. Понятие медиа́тэкст широко употребляется в медиаобразовании, в медиакритике, медийной психологии, где, в частности, рассматриваются вопросы медиавосприятия [Медиа́тэкст].

В России наиболее распространенным определением текста является определение, предложенное в «Большом энциклопедическом словаре»: «Текст – это последовательность знаковых единиц, объединенных смысловой связью, основными свойствами которой являются связность и целостность» [Стилистический энциклопедический словарь русского языка].

В результате развития средств массовой информации понятие «текст» расширило свои рамки, получило новые смысловые элементы. Этот процесс в первую очередь связан с перекрытием вербальной (речевой) составляющей текста и его медийной составляющей, что обеспечивает передачу этого текста с помощью определенных медиа. В результате появилось понятие «медиа́тэкст», которое содержит в своей структуре как вербальные, так и медийные характеристики. Этот термин начал использоваться в конце XX века в англоязычной научной литературе, в работах А. Белла, Т. Ван Дейка, М. Монтгомери, Н. Фэйркло, Р. Фаулера, проводивших свои исследования в области социолингвистики, теории дискурса, когнитивной лингвистики, контент-анализа. Изучение медиа́тэкстов с точки зрения функциональной стилистики, стилистики текста, дискурсивного анализа и риторики проводили также российские ученые И. Гальперин, Т. Добросклонская, В. Одинцов, Г. Солганик и др.

Т.Г. Добросклонская предложила объединить исследования подобного рода в особую дисциплину «медиа́лингвистику», рамки которой

обеспечивают системный научный подход к изучению языка СМИ, а также позволяют выделить в качестве основной категории анализа медиатекст. Можно утверждать, что теория медиатекста сегодня претендует на самостоятельную нишу в рамках теории текста или стремится отпочковаться от неё [Добросклонская, 2008].

Тексты массовой информации не сильно различаются по композиционным (структурным) схемам. Чаще всего они состоят по определенной схеме. В медиатекстах принято выделять четыре части: заголовок, вводную часть, основную часть и заключение. Вступительная часть представляет тему, помогает автору привлечь внимание читателя, установить с ним контакт. Основная часть развивает тему; излагается сообщение темы. Заключение резюмирует информацию, предлагает понимание. По словам Т. Добросклонской, в англоязычной журналистике такая структура новостных медиатекстов называется принципом перевернутой пирамиды, который предполагает, что «вся наиболее ценная и важная информация сообщается в начале текста, с основной информационной нагрузкой» [Добросклонская, 2008:154]. Это первая фраза, которая фактически содержит в концентрированном виде все важнейшие составляющие сообщения. По мере разработки текста информационная нагрузка постепенно ослабевает. Иными словами, «каркас» медиатекста (заголовок, вводная часть и заключение) проявляет его идеологическую направленность и во многом влияет на восприятие читателем всего текста. Тон «рамки» влияет на восприятие читателем предлагаемой информации: в позитивном, негативном или нейтральном ключе.

Г. Я. Солганик, рассматривая медиатекст с точки зрения категорий автора и модальности, дает следующее определение: «Медиатекст – разновидность текста, принадлежащая массовой информации, характеризующаяся особым типом автора (принципиальное совпадение производителя речи и ее субъекта), специфической текстовой модальностью

(открытая речь, многообразное проявление авторского я), рассчитанная на массовую аудиторию» [Солганик, 2005 : 15].

А.В. Кузнецова в журнале “Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион” дала следующее определение медиатекста:

– это произведение прагматической направленности, доставляющее социально значимую неспециальную информацию массовой разнородной рассредоточенной аудитории [Кузнецова, 2010].

А. Белл в книге «Подходы к медийному дискурсу» описывает медиатекст следующим образом: «Определение медиатекста выходит за рамки традиционного взгляда на текст как на последовательность слов, напечатанных или написанных на бумаге: оно включает в себя музыку и звуковые эффекты, визуальные образы – другими словами, медиатексты фактически отражают технологии, используемые для их производства и распространения» [Bell, 1998 : 301]. Это определение фокусируется на взаимодействии и взаимопроникновении вербальных и медийных характеристик медиатекста, что является его отличительной чертой.

Однако следует отметить, что не стоит изучать особенности аудиовизуального воздействия медиатекстов; поэтому газетные и журнальные тексты необходимо рассматривать только как примеры письменной речи.

Следует помнить, что информационное наполнение медиатекста имеет некоторые особенности: текст не только содержит факты, но и предлагает комментарии и размышления автора, который не стремится к подробному описанию объекта, а лишь охватывает аспекты, которые интересуют потенциального читателя. Основная цель медиатекста – повлиять на сознание массового адресата, сформировать позицию читателя по отношению к описываемым фактам.

В настоящее время медиатексты (или тексты СМИ) являются наиболее распространенным типом текстов. Медиатекст – это термин, относящийся к общему понятию массово-информационного дискурса. Отдельный

медiateкст – это единое материальное воплощение массового информационного дискурса. Массовый информационный дискурс можно охарактеризовать следующим образом: автор медiateкста дистанционно взаимодействует с массовой неоднородной аудиторией с целью информирования, убеждения, интерпретации текущих событий и т. д..

В научной базе данных обычно выделяют следующие типы медiateкстов: новостные тексты, выполняющие информативную функцию; информационно-аналитические тексты, представляющие собой расширенную версию текста новости, содержащую не только новость, но и комментирующую, аналитическую часть; тексты группы «черты», подчеркивающие фактор человеческого интереса, выделяющие ту или иную проблему с развлекательной стороны, подчеркивающие индивидуальное авторское видение [Антонова, 2011].

В контексте исследования интересны новостные и аналитические англоязычные медiateксты, представляющие политический дискурс. Такие тексты представляют собой идеологическую модальность, основанную на противопоставлении «мы – они», которое не может быть эксплицировано, но включено в предпосылку медiateкста. По психологическим причинам «они» («другие», «чужие») изначально воспринимаются читателем негативно. Так что автор политического текста намеренно или нет влияет на точку зрения читателя.

Е. Клюев выделяет три типа вербальных намерений: нейтральные, позитивные и негативные.

1) Положительное речевое намерение подразумевает удаление референта. Коммуникативные стратегии, соответствующие этому типу намерения, направлены на формирование положительных оценок референта.

2) Отрицательное намерение подразумевает демонизацию референта. Коммуникативные стратегии, соответствующие этому типу намерения, направлены на формирование негативных оценок референта.

3) Нейтральное (конструктивное) намерение предполагает раскрашивание референта в истинные цвета. Конструктивное намерение означает приглашение проанализировать референт [Клюев, 1998].

В новостных текстах должно быть реализовано нейтральное намерение, но автору не всегда удастся сохранять нейтральный тон, потому что он не может полностью абстрагироваться от своих общественных ценностей и невольно выражает свое общественное отношение, тем самым влияя на точку зрения читателя. В аналитических текстах автор может руководствоваться нейтральными, отрицательными или положительными намерениями, формируя необходимое отношение к референту.

В данном случае необходимо выделить особенности новостного и аналитического англоязычного медиатекста, то есть необходимо учитывать особенности композиции и языковые средства, позволяющие автору влиять на мнение адресата. Основным методом исследования является метод контрастивно-сопоставительного анализа, который включает изучение целей участников общения, их намерений и коммуникативных действий и оперирует такими понятиями, как речевая стратегия и тактика.

Речевые тактики означают одно или несколько действий, способствующих реализации стратегии. Цель применения конкретной тактики – определенным образом изменить мировоззрение читателя: усилить определенные желания, изменить отношение к определенным явлениям и событиям, преобразовать образ любой ситуации.

По мнению О. Иссерса, речевые тактики обладают следующими характеристиками:

1) Семантические:

а) эталонные особенности (идентификация участников общения; обозначение предметов, событий, действий; оценка характеристик коммуникативной ситуации; определение отношений между участниками;

б) познание мира (фреймы и сценарии), помогают распознать речевую тактику);

- в) неявные компоненты высказывания (предпосылки, установки и т. д.).
- 2) Лексические:
 - а) стилистические критерии слов;
 - б) категория выразительности;
 - в) маркеры на «поверхности» речи: частицы, связки, повторы, дискурсивные слова и т. д.
- 3) Лексико-грамматико-синтаксические:
 - а) аффективный и эмоциональный синтаксис;
 - б) транспонирование синтаксических структур и др.
- 4) Прагматические:
 - а) последовательность коммуникативных ходов;
 - б) весь комплекс коммуникативных ходов и т. д. [Иссерс, 2017].

Распознавание коммуникативной задачи происходит на основе всех уровней – поверхностных и когнитивных структур, также следует учитывать прагматические особенности. Другими словами, интерпретируя стратегии и тактики, следует обращать внимание на всевозможные индикаторы.

Медиадискурс имеет свои отличительные особенности, которые можно наблюдать в различных медийных продуктах. Широкий спектр структурных элементов, составляющих медиадискурс, включает как письменные, так и устные формы, включая прессу, телевидение, радио и сеть Интернет. Это позволяет в дальнейшем структурно разделить медиадискурс на жанровые подгруппы.

Медиадискурс преследует две основные взаимосвязанные цели: информировать и влиять на читателей, слушателей и зрителей. Таким образом, также важно выделить такие функции медиадискурса, как формирование общественного мнения, донесение новой информации до аудитории, обучение, регулирование, оценка, критика, популяризация, реклама и, конечно, развлечение. Этот список функций не претендует на то, чтобы быть исчерпывающим, однако, подчеркивает обширность функций.

Эти взаимосвязанные функции, которые во многих случаях кажутся диалектически противоположными, не влияют на согласованность медиадискурса в целом. Это можно объяснить тем, что разные функции являются доминирующими только в разных жанровых подгруппах: доминирующая функция средств массовой информации – информирование; доминирующими функциями аналитических СМИ являются оценка, критика и формирование общественного мнения; доминирующая функция «СМИ, нацеленных на пропаганду» – донести новую информацию до масс и доминирующая функция «развлекательных средств массовой информации – отвлечь от повседневной рутины» [Боков, 2009 : 49].

Следовательно, любой медиатекст, рассматриваемый как структурная составляющая медийного дискурса, может одновременно информировать и влиять на читателя в определенной степени; таким образом, он участвует в процессе распространения вербальных или невербальных когнитивных элементов реальности (и ценностей), характерных для СМИ.

Следовательно, надо уделить определенное внимание изучению медиадискурса, включая его структурные элементы, т.к. он имеет вариативные особенности, которые проявляются в различных медийных продуктах в письменной и устной форме в прессе, на телевидении и радио, а также в сети Интернет.

1.2. Способы интерпретации медиатекста

Продолжая разговор о способах перевода или интерпретации, необходимо отметить, что переводчик не во всех случаях может использовать все доступные ему средства и способы перевода ввиду того, что он должен придерживаться конкретных этических норм, а также юридических и законодательных актов. В настоящее время среди медиатекстов большое распространение получили рекламные тексты, так как в эпоху капитализма донесение информации до адресата с преобладающей коммерческой целью является первостепенной задачей

каждого владельца сайта в сети Интернет. Однако проблема заключается в том, что при переводе таких текстов на русский язык с английского необходимо учитывать языковые тонкости ввиду различия языкового мировоззрения русско- и англоговорящих стран.

Все дело в том, что рекламный текст является информацией, содержащей открытый посыл для читателя, т.е. покупателя или пользователя. Соответственно, необходимо знать не только английский язык и его культурный фон, а также так называемый «язык рекламы». В свою очередь, рекламный медиатекст является как лингвистическим, так и визуальным феноменом, содержащим как вербальную, так и невербальную составляющую, тем самым формируя единую смысловую картину, которая обеспечивает психологическое воздействие на читателя.

В процессе интерпретации текста с английского языка на русский необходимо принимать во внимание лексические аналоги языков. Именно поэтому каждый переводчик стремится интерпретировать текст как можно ближе к оригиналу, но на основе родного языка. В настоящее время у переводчиков имеется в распоряжении большое количество приемов перевода, которые представляют собой переводческую операцию, направленную на разрешение какой-либо проблемы и предполагающую типизированную однотипность осуществляемых переводчиком действий [Миньяр-Белоручев, 1996]. Различия как в системах языков, так и в правилах употребления их единиц могут создать трудности в процессе перевода того или иного медиатекста, в результате чего переводчик использует переводческие трансформации, которые делятся на лексические и грамматические.

Лексические переводческие трансформации:

- 1) конкретизация понятий;
- 2) генерализация понятий;
- 3) антонимический перевод;
- 4) смысловое развитие;

5) компенсация.

Грамматические переводческие трансформации:

1) перестановка;

2) замена форм слова;

3) замена частей речи;

4) синтаксические замены в сложном предложении;

5) добавления;

6) опущения;

7) объединение и членение предложений [Хисматуллина, 2002].

В.С. Виноградов, говоря о способах перевода, отметил, что существует прямой и косвенный путь перевода. Прямой путь представляет собой перевод с использованием транслитерации и калькирования. Необходимо понимать, что при использовании данного приема нарушаются принципы адекватного перевода, равно как и узувальные стандарты языка, с которого переводится текст. При косвенном переводе происходит переход от исходного языка к языку перевода, в результате чего формируется идиоматический и правильный текст с соблюденными нормами языка. При использовании такого метода обычно используется модуляция и транспозиция [Виноградов, 2001].

Также существуют такие способы перевода, как выборочный, сущность которого заключается в том, что выбираются необходимые ключевые слова и производится их полный перевод. Остальные элементы текста не переводятся. Что касается функционального перевода, то он представляет собой компоновку переводного текста из преобразованных единиц исходного текста [Казакова, 2001].

Полные переводы текстов представляют собой тщательную интерпретацию каждого компонента текста на тот язык, на который он переводится. Такой вид перевода может осуществляться следующими способами:

1) буквальный перевод, при котором происходит пословное воспроизведение исходного текста, иногда с сохранением их последовательности;

2) семантический перевод, при котором сохраняется контекстуальное значение элементов исходного текста;

3) коммуникативный способ, при котором необходимо не только правильно передать смысл исходного текста, но также и проследить за тем, что переведенный текст воздействовал на читателя так же, как и исходный [Иванов, 2004].

При переводе необходимо также учитывать классификацию способов перевода В.Н. Комиссарова, так как она наиболее точно отражает переводческую деятельность, которая может быть представлена следующим образом:

1) транслитерация – это способ перевода лексической единицы оригинала путем воссоздания ее графической формы с помощью букв языка перевода;

2) транскрипция – это прием, при котором воспроизводится звучание слов подлинника, а при транслитерации воссоздается буквенный состав. Транскрипцию используют при переводе географических названий, имен, терминов, названий фирм;

3) калькирование – это способ перевода единицы оригинала путем замены ее составных частей – морфем или слов (в случае устойчивых словосочетаний) их лексическими соответствиями в языке перевода;

4) описательный перевод (экспликация) – это лексическая трансформация, при которой лексическая единица исходного языка заменяется словосочетанием, эксплицирующим ее значение, т.е. дающим более или менее полное объяснение или определение этого значения на языке перевода [Комиссаров, 1999].

Соответственно, необходимо представить некоторые примеры использования данных приемов при переводе рекламных медиатекстов.

Все эти приемы перечислены в этом пункте главы первой, т.к., с нашей точки зрения, в них есть рациональное зерно. Эффективность некоторых из этих приемов будет доказана в следующей главе.

1.3. Специфика контрастивно-сопоставительного анализа

Как утверждают большинство переводчиков, и, как показывают исследования, влияние первого языка либо заметно, либо едва заметно в процессе перевода. Тем не менее, для исследователей сложность заключалась в том, чтобы отделить межъязыковое влияние от множества других когнитивных, связанных с развитием и специфических переменных в области перевода. Этот тщательно сформулированный подход, конечно, изначально приветствовался, поскольку он предоставил пошаговую основу для того, как можно реализовать такую межъязыковую контрастность.

Тем не менее, когда были представлены процедуры и прогнозы, трещины в структуре стали очевидны. Во-первых, исследователи смогли показать, что теория контрастного анализа не только завышала, но и недооценивала явные ошибки. Во-вторых, ошибки столь же вероятно связаны с развивающейся природой внутриязыковой системы, а не с каким-либо предполагаемым межъязыковым источником. В-третьих, переводчики с разным лингвистическим образованием демонстрировали схожие темпы усвоения, предполагая, что существует не менее важный процесс «творческого конструирования» наряду с любыми механизмами формирования привычки разговора на иностранном языке. Результатом таких наблюдений стал вывод, что классическая контрастность может обеспечить только дополнительный, но не всеобъемлющий способ анализа такого сложного процесса [Rensburg, 2013].

Школа мысли, известная как контрастивный анализ, возможно, является порождением бихевиоризма и американского дескриптивизма. В то время как бихевиористы и дескриптивисты в одинаковой степени придерживались принципов воспроизводимости и фальсифицируемости и хотя такой

сциентизм оказал неоспоримое влияние на усвоение второго языка, классическая контрастивность не полностью подчиняется принципам обеих парадигм [Иванцова, 2013].

Контрастивный анализ был впервые разработан Чарльзом Фризом в качестве неотъемлемого компонента методологии преподавания иностранного языка. Было отмечено, что при изучении иностранного языка учащийся имел тенденцию использовать знания родного языка, и было предложено учитывать это при обучении иностранному. Итак, психологическая основа контрастивного анализа – теория переноса, заменяющая предыдущее обучение на родном языке, на последующее обучение – на иностранном.

Контрастивный анализ можно рассматривать с точки зрения трех отдельных подходов: во-первых, чисто лингвистический подход, который утверждает, что контрастивный анализ является не чем иным, как противопоставлением ради противопоставления и новых знаний, которые он может предоставить. Второй подход, с другой стороны, утверждает, что контрастивный анализ способен охватить все ошибки, возникающие в процессе усвоения второго языка. Наконец, где-то между этими двумя точками зрения существует третья позиция, которая утверждает, что контрастивный анализ в прошлом занимал слишком высокое положение в изучении языков, а в дальнейшем, эта точка зрения стала существовать сама по себе [Зеленецкий, 2010].

Контрастивный анализ основан на предположении, что переводчики будут стремиться переносить формальные особенности своего родного языка в свои высказывания на иностранном. Так, понятие «передача» означает перенос привычек из родного языка в иностранный. Его также можно определить как влияние родного языка при переводе материала с иностранного. Перевод можно рассматривать как важную часть в изучении языка на всех уровнях. Это рассматривается как стратегия изучения языка, используемая для облегчения его изучения.

Языковой перевод обычно делится на две основные категории: положительные и отрицательные. По мнению Г. Фолькера, положительный перевод приводит к правильным высказываниям и облегчает изучение языка [Volker, 2012].

По мнению Г. Фолькера, «контрастивный анализ – это способ сравнения языков с целью определения потенциальных ошибок с конечной целью выделения того, что необходимо выучить, а что нет». Они обсуждают две позиции контрастивного анализа, которые он называет «предсказательной» и «объяснительной», а также «сильной» и «слабой» сторонами соответственно [Там же].

Для того, чтобы начать анализ стилистических приемов, которые используются в медиатексте, необходимо определить его концепцию. Дело в том, что медиатекст представляет собой многоуровневое и объемное явление, обладающее устойчивой совокупностью признаков, которые представлены ниже:

- 1) количество авторов текста – один автор или коллегия;
- 2) форма выражения текста – устная или письменная;
- 3) коммуникационный канал распространения текста – радио, телевидение, сеть Интернет, социальные сети, газеты, книги, флаеры и т. д.;
- 4) функционально-жанровый вид текста;
- 5) тематика текста или его принадлежность к той или иной сфере информации – спорт, бизнес, политика, погода, культура, инновации в технологиях, мобильные устройства и т.д. [Тюленев, 2004].

Необходимо также отметить, что в настоящее время существует классификация медиатекстов на основе их функционально-стилевой типологии:

- 1) реклама;
- 2) аналитика и комментарии;
- 3) тексты-очерки, которые в английском языке обозначаются термином «features»;

4) новости [Лободенко, 2014].

Н.В. Чичерина приводит расширенную классификацию медиатекстов также на основании функционально-стилевой типологии:

- 1) текст газет, к которым относят статью, репортаж, очерк, фельетон;
- 2) тексты, используемые на телевидении – информационное сообщение, интервью, диалог;
- 3) тексты, используемые ораторами – публичные выступления, дебаты, лозунги;
- 4) коммуникативные тексты – саммиты, пресс-конференции;
- 5) рекламные тексты – объявление, очерк, плакат и т.д. [Чичерина, 2007].

С точки зрения контрастивно-сопоставительного-анализа переводчику необходимо обращать внимание на следующие особенности:

- 1) фамильярный характер текста, а также его разговорность;
- 2) употребление большого количества перифраз, жаргонизмов и т.п.;
- 3) официальный стиль номинативов и обращений;
- 4) броскость газетных заголовков;
- 5) особое выделение абзацев в текстах;
- 6) использование терминов, присущих английскому языку [Чужакин, 2000].

Как в английских, так и в американских медиатекстах могут использоваться подобные обороты в большом количестве текстов, включая серьезные по содержанию. Особое внимание необходимо обратить на использование фамильярности, в результате чего авторы текстов могут по-иному обращаться с, например, политическими деятелями. Так, руководители государств могут называться по сокращенным именам (Джо Байден вместо Джозеф), либо по сокращенным фамилиям (Мак вместо Макмиллан) и т.д.

Для английских читателей такая характеристика текста уже давно не является чем-то новым в отличие от русского читателя, в связи с чем переводчику необходимо обращать на это особое внимание. Дело в том, что если сохранять такие характеристики текста, то на русского читателя они произведут большое впечатление и вряд ли покажутся им профессиональными, а, наоборот, легкомысленными и фамильярными.

Именно поэтому переводчикам в данном случае рекомендуется отказаться от передачи жанровых особенностей такого типа ввиду разного мировоззрения и менталитета русского и английского читателя. Соответственно, признаки английского текста информационно-описательного жанра должны соответствовать принятым в русском языке стандартам.

Другой особенностью английского медиатекста в контексте контрастивно-сопоставительного анализа является то, что в них принято всегда указывать титул того или иного политического деятеля, независимо от контекста, направленности и настроения текста (Джо Байден – Президент Джо Байден, Камала Харрис – Вице-Президент Камала Харрис). В случае, если титул человека не указывается, то в любом случае перед фамилией ставится сокращение «мистер», «миссис», «мисс», «сэр» и т. д. Для переводчика это должно означать, что такие титулы не имеют большого значения для авторов английского оригинала и являются чистой формальностью, поэтому их можно опускать. За исключение можно принять только официальные тексты или документы, где «Мистер» и «Миссис» необходимо переводить как «Господин» и «Госпожа» соответственно.

Трудность для переводчика в контексте контрастивно-сопоставительного перевода также могут составлять заголовки статей, которые в краткой форме излагают содержание статьи, а также внушают читателю основную идею материала. Необходимо также отметить, что предложения в английском тексте набираются с новой строки, поэтому переводчику необходимо соблюдать логическое повествование.

Термины, термины-синонимы, а также термины-названия, преобладающие в английских текстах должны быть тщательно проанализированы и переведены без искажения смысла. Так, например, слово «state» может означать как штат США, так и слово “государство”. А слово «конгрессмен» может означать как члена Конгресса США, а также члена палаты представителей американского конгресса. Все эти особенности переводчик должен принимать во внимание.

Как упоминалось ранее, контрастивно-сопоставительный анализ можно использовать для понимания различий, а также сходства между родным и иностранным языком. Следовательно, исследование, проводимое с использованием контрастивно-сопоставительного анализа дает отличное системное описание обоих языков.

Контрастивный анализ можно разбить на набор процедурных компонентов. Пять шагов для проведения систематического сравнения и сопоставления любых двух языков: выбор – описание – сравнение – прогнозирование – проверка. Первый шаг – выбрать или взять два языка и сформировать их формальные описания (или выбрать их описания). Составление формального описания требует выбора специальной теоретической модели, которая может быть традиционной, структурной или трансформационной. На этом этапе необходимо решить, что следует противопоставлять или сравнивать. Это связано с тем, что довольно сложно сравнивать все (звук, слово, структуру и т.д.), поэтому анализ следует ограничить определенной категорией. После того, как выбор сделан, можно описать выбранные языковые единицы или структуры. Этот шаг называется «описанием». Эти два языка должны быть лингвистически описаны в рамках одной теории – контрастивно-сопоставительного анализа. Основное внимание следует уделять различиям. В-третьих, после описания лингвистически выбранных единиц очень важно сравнить структуры друг с другом. Этот шаг называется «сравнение». На этом этапе различия и сходства можно сравнить по форме или значению. Здесь термин «форма»

относится к любой языковой единице. Невозможно однозначно сравнить два языка без полного описания.

Шаг четвертый – «прогнозирование». Речь идет о прогнозировании трудностей на основе контраста. Контрастивно-сопоставительный анализ может заметно предсказать сходства и различия двух сравниваемых языков. Основываясь на знаниях, можно определить, являются ли различия и сходства проблемными. Чтобы четко описать шаг прогнозирования,

П. Стоквелл предложила «иерархию сложности», основанную на понятиях переноса (положительный, отрицательный), а также на факультативном и обязательном выборе определенных языковых единиц в двух языках [Stockwell, 2004]

Когда структуры данных двух языков имеют сходство, произойдет положительный перенос, в то время как для других языков будет иметь место отрицательный перенос. Если нет связи между этими структурами двух языков, произойдет нулевой перенос.

Несмотря на первоначальный энтузиазм, проявленный к контрастивному анализу, его ценность подвергалась сомнению многими учеными, работающими в области прикладной лингвистики. А. Белл например, сообщает, что: контрастивный анализ не требуется, поскольку учителя интересуются знанием трудностей, а не теоретическим прогнозом [Bell, 1998]. Но это относится к школе. Контрастивный анализ не дает формального способа определить, какие элементы одного языка следует сравнивать с элементами другого. Контрастивный анализ не может учитывать все в своей области, так как, например, он не может формально указать, какие из этих различий приведут к трудностям восприятия информации.

Более того, недавние исследования показали, что контрастивный анализ наиболее предсказуем на фонологическом уровне и наименее предсказуем на синтаксическом уровне, потому что ни один язык еще не был адекватно сравнен с другим языком [Гергиева, 2009]

Несмотря на критику следует отметить, что текущие исследования возродили интерес к контрастивно-сопоставительному анализу как необходимому способу изучения языков. Контрастивно-сопоставительный анализ содержит определенную информацию о различиях и сходстве двух сравниваемых языков.

В настоящее время существуют многочисленные исследования, показывающие эффективность контрастивно-сопоставительного анализа. Согласно этим исследованиям, знания о видах и степени различий и сходств между языками на нескольких лингвистических уровнях помогают в процессе прогнозирования возможных трудностей, с которыми сталкиваются изучающие иностранный язык. С педагогической точки зрения, может быть обнаружено, что контрастивный анализ помогает учащимся ясно увидеть некоторые проблемы, с которыми они могут столкнуться. Они могут избежать межъязыковых ошибок, если полностью осознают возможные трудные области [Исабеков, 1989].

Можно сказать, что одним из несомненных достоинств контрастивно-сопоставительного анализа является тот факт, что он предлагает естественное, пусть даже частичное, объяснение ошибок, совершаемых при изучении иностранного языка. Основная цель исследований контрастивно-сопоставительного анализа – это не только лучшее понимание лингвистической структуры, но и прикладные методы, призванные поднять всю деятельность над эмпирической практикой, очертить фундаментальные основы перевода текста при помощи научных знаний.

При проведении контрастивно-сопоставительного анализа необходимо опираться на языковые универсалии; в противном случае есть вероятность получить лишь поверхностное проявление контраста. Таким образом, цель контрастивно-сопоставительного анализа – показать, что универсальные глубинные структуры проявляются в поверхностных структурах через правила трансформации. На этом уровне трансформационные правила должны быть противопоставлены, чтобы увидеть, где появятся проблемные

области. Контрастивно-сопоставительный анализ может иметь значение даже для лингвиста-теоретика, который ищет поддержки своей теории языка.

Для того, чтобы применять контрастивно-сопоставительный анализ в области изучения медиатекста, необходим краткий концептуальный анализ, чтобы обозначить основные отличительные черты медиадискурса. В лингвистической теории дискурс часто рассматривается как структура или как процесс. Последователи структурного подхода ограничивают свои наблюдения тем, что составляет единицу дискурса. Таким образом, анализ дискурса ограничивается поиском единиц языка, которые демонстрируют отношения, происходящие в предсказуемых паттернах, и имеют правила, которые управляют появлением этих элементов. В других областях дискурс описывается как «любой аспект использования языка», использование языка в речи и письме для создания смысла или как процесс использования языка для достижения цели или действия. С этой точки зрения, в основном изучается то, как язык функционирует для достижения целей жизни людей.

Однако в контексте данного исследования дискурс – это «язык, который фактически произносится людьми, участвующими в социальном взаимодействии для достижения цели» [Грибовод, 2013:124]. Медиадискурс в этом отношении представляет собой тип институционального дискурса (в отличие от личного дискурса), который характеризуется стабильной системой статусных отношений и социальных ролей в сфере средств массовой информации, использующей язык для достижения определенных целей, а также для выполнения определенных функций.

Таким образом, первичными данными исследования являются национальные российские и британские ведущие периодические издания, молодежные журналы, телевизионные сценарии и веб-страницы. Другими словами, широкий спектр материалов, определяемых как медиатексты. Это широкое определение термина «текст» согласуется с идеями Н. Фэрклафа, который описал текст как «любой реальный экземпляр используемого языка» [Fairclough, 1995]. В нашем случае «используемый язык»

дополняется визуальным изображением и звуковыми эффектами. Таким образом, медиатекст – это видеовербальный текст.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I

В данной главе было рассмотрено понятие «медиа́текст», подчеркнуты способы интерпретации медиа́текста, описана специфика контрастивно-сопоставительного анализа.

В главе исследовалось понятие «медиа́текст», представляющее собой сообщение, а также текст любого медийного вида и жанра. Проанализировав историю возникновения медиа́текста как языкового явления, было установлено, что он в XX в. пришел на смену традиционному печатному тексту в связи с быстрыми темпами развития информационных технологий, в частности, компьютеров, смартфонов и сети Интернет, в которой в настоящее время содержится преобладающее количество медиа́текстов. Было также установлено, что само понятие «медиа́текст» содержит в себе такие феномены, как массово-коммуникативный текст, массмедийный текст, журналистский текст, публицистический текст, газетный текст, телетекст, рекламный текст, PR-текст, Интернет-текст и т.д. Именно поэтому в связи с развитием медиа́текста как жанра возникла такая дисциплина, как «медиа́лингвистика», объектом изучения которой является медиа́текст.

Следует отметить, что тексты массовой информации практически не отличаются по композиционным (структурным) схемам. Чаще всего они составляются по определенной схеме. В медиа́текстах принято выделять четыре части: заголовок, вводную часть, основную часть и заключение. Вступительная часть представляет тему, помогает автору привлечь внимание читателя, установить с ним контакт. Основная часть развивает тему, излагается сообщение темы. Заключение резюмирует информацию, предлагает авторское понимание.

Как уже было сказано, публицистика затрагивает множество актуальных проблем и аспектов жизни, требующих внимания. Этим обуславливаются некоторые языковые особенности газетного стиля: появляется нужда во внедрении специальной лексики, которая требует пояснительных сносок или целых отдельных комментариев.

Что касается способов интерпретации медиатекста, то было установлено, что, затрагивая вопрос интерпретации текста с английского языка на русский, необходимо принимать во внимание лексические аналоги языков. В современной деятельности по переводу существует большое количество приемов, которые представляют собой переводческую операцию, направленную на разрешение какой-либо проблемы и предполагающую типизированную однотипность осуществляемых переводчиком действий. Были выделены лексические и грамматические переводческие трансформации, которые необходимы в контексте различий как в системах языков, так и в правилах употребления их единиц. Также были рассмотрены прямой и косвенный пути перевода, а также такие способы, как буквальный, коммуникативный и семантический переводы. Были рассмотрены способы перевода, предложенные В.Н. Комиссаровым: транслитерация, транскрипция, калькирование и описательный перевод (экспликация). Выборочный и полный перевод играют весомую роль в деятельности переводчика, так как выбор способа перевода зависит не только от самого содержания медиатекста, но также от его коммуникативной направленности, эмоциональной окраски, жанра, цели, которую преследует текст и т. д.

В пункте 1.3 была описана специфика контрастивного анализа. Контрастивный анализ был впервые разработан Чарльзом Фризом в качестве неотъемлемого компонента методологии преподавания иностранного языка. Также было установлено, что контрастивный анализ рассматривается с нескольких точек зрения: чисто лингвистический подход, который утверждает, что контрастивный анализ является не чем иным, как противопоставлением ради противопоставления и новых знаний, которые он может предоставить; контрастивный анализ способен охватить все ошибки, возникающие в усвоении второго языка. Контрастивный анализ основан на предположении, что учащиеся, усваивающие второй язык, будут стремиться переносить формальные особенности своего родного языка в свои высказывания на иностранном. Это знание востребовано и у тех, кто

занимается интерпретацией медиатекста. Контрастивный анализ можно использовать для понимания различий, а также сходства между родным и иностранным языком. Было также установлено, что при проведении контрастивного анализа необходимо опираться на языковые универсалии; в противном случае есть вероятность получить лишь поверхностное проявление контраста. Таким образом, цель контрастивного анализа – показать, что универсальные глубинные структуры проявляются в поверхностных структурах через правила трансформации.

Вербальные намерения и речевые тактики также играют большую роль в деятельности по переводу, так как они направлены на изменение мировоззрения читателя: усилить определенные желания, изменить отношение к определенным явлениям и событиям, преобразовать образ любой ситуации.

ГЛАВА II. ИНТЕРПРЕТАЦИЯ МЕДИАТЕКСТА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ

КОНТРАСТИВНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА

2.1. Эффективность способов интерпретации медиатекста с английского на русский язык

Для реализации поставленной в настоящем исследовании цели мы отобрали 8 известных английских рекламных слоганов, 3 заголовка и 1 статью из сайта RuHerald [Ruherald]. При работе над этим пунктом исследования все значения английских слов были заимствованы из Cambridge dictionary [Cambridge dictionary], все значения русских слов были заимствованы из большего толкового словаря [Большой толковый словарь]. В рабочем порядке с использованием двух вышеназванных источников был проведен анализ способов интерпретации медиатекста с английского на русский язык.

Рассмотрены слоганы известных брендов. Проанализировав примеры английских рекламных слоганов, мы вывели следующие способы перевода:

Транслитерация: *Come Alive with the Pepsi Generation* – «Живи с поколением “Пепси”». На примере данного слогана становится понятно, что единица *Pepsi* передается буквами русского языка.

Транскрипция: *Everything is Easier on a Mac* – «Все легче с Мак – *Apple*». В данном случае видно, что переводчик смог сохранить единицу *Mac*, передав ее с помощью транскрипции. Внимания также заслуживает рекламный медиатекст от Bounty: *Bounty taste of paradise* – «Баунти – райское наслаждение». Переводчик применяет транскрипцию и передает слово *Bounty* схожими знаками языковой системы русского языка.

Калькирование: *Nike “Just do it”* – «Ты сможешь». На основе данного примера становится понятно, что рекламный медиатекст был изменен посредством ввода местоимения «ты». Еще один пример от *Reebok: I am what I am* – «Я тот, кто я есть». Переводчик передает данный рекламный

медиатекст сплошной калькой, все единицы оригинала переведены путем замены их лексическими соответствиями в русском языке.

Описательный перевод: *Relax, it's Holiday Inn* – «Забудь о делах в Холидэй Инн»; *Stay with us, and feel like home...* – «Останьтесь у нас и дайте себе отдохнуть» (*Hotel Ametyst, Praha*). В данном случае можно заметить, что «*Relax, it's Holiday Inn*» было передано на русский язык для более полного объяснения этой части рекламного медиатекста и поэтому переводчик выбирает вариант «Забудь о делах в Холидэй Инн», который соответствует смыслу. Приведем еще один пример от рекламной компании *Nivea: Light and easy to use* – «Легкий, действительно универсальный». В данном примере видно, как переводчик заменил фразу *easy to use* на более понятную представителям нашего общества единицу «универсальный».

Теперь приступим к контрастивно-сопоставительному анализу заголовков новостей.

«*COVID update: USA crossed the 30,000,000 line*» - «COVID-апдейт: США перешли черту в 30,000,000» [*COVID update: USA crossed the 30,000,000 line*]

В английском заголовке всего 7 слов, использованы двоеточие и 2 запятые, 4 существительных: *COVID, update, USA* и *line*, 1 глагол: *crossed*, 1 артикль: *the*, 1 числительное слово: 30,000,000.

В русском заголовке есть всего 6 слов, использованы дефис, двоеточие и 2 запятые, 3 существительных: COVID-апдейт, США и черту, 1 глагол: перешли, 1 предлог: в, 1 числительное: 30,000,000.

Слово апдейт было переведено при помощи транскрипции. Словосочетание “перешли черту” было переведено при помощи калькирования.

На данном примере, английское словосочетание *cross the line* имеет следующее значение: *to start to behave in a way that is not socially acceptable*. В словаре значение словосочетания “перейти черту” не найдено, но мы можем понять эту фразу, фрагментарно разделив ее. Глагол «перейти» имеет значение: переместиться через что-л., на другую сторону чего-л.. Слово

«черта» здесь значит: граница. Становится понятно, что США превысили / перешли черту числа зараженных. В обоих названиях используется это словосочетание, чтобы подчеркнуть количество смертей. Таким образом, автор выразил пессимистические и разочарованные взгляды на случившееся.

Можно сказать, что эта интерпретация правильно передала смысл исходного текста.

«*California saw "light at the end of the tunnel": restrictions will be lifted on June 15*» – «В Калифорнии увидели «свет в конце туннеля»: ограничения снимут 15 июня»

[*California saw "light at the end of the tunnel": restrictions will be lifted on June 15*]

В английском заголовке всего 16 слов, использованы двойные кавычки и двоеточие, 6 существительных: *California, light, end, tunnel, restrictions* и *June*, 4 глагола: *saw, will, be* и *lifted*, 2 артикля: *the* и *the*, 3 предлога: *at, of* и *on*, 1 числительное: 15.

В русском заголовке есть всего 11 слов, использованы двойные кавычки и двоеточие, 6 существительных: Калифорнии, свет, конце, туннеля, ограничения и июня, 2 глагола: увидели и снимут, 2 предлога: в и в, 1 числительное: 15.

Слово Калифорния было переведено при помощи транслитерации. На примере данного слогана становится понятно, что единица *California* передается буквами русского языка. Идиомы используются в обоих заголовках. Единица оригинала “*light*” была заменено на русское слово “свет”. Словосочитание “*at the end of the tunnel*” было заменено на “в конце туннеля”.

Через идиому «свет в конце туннеля» автор выражает положительное эмоциональное воздействие на это событие.

Слово *restrictions* имеет значение: *an official limit on something*. Слово ограничение имеет следующие значение: Правило, установление, норма, определяющие какие-то границы, рамки, условия. Тут сразу видно, что слово

ограничение имеет больше значения чем слово *restrictions*. Но читатели все еще хорошо понимают, что это ограничительная мера со стороны правительства. Можно сказать, что в этой интерпретации, хотя слово имеет другие значения, читатель все же может точно понять заголовок.

«*Video: smugglers literally "throw" children across the border*»

«Видео: контрабандисты в буквальном смысле «перебрасывают» детей через границу»

[*Video: smugglers literally "throw" children across the border*]

В английском заголовке всего 8 слов, использованы двойные кавычки и двоеточие, 4 существительных: *Video, smugglers, children* и *border*, 1 глагол: *throw*, 1 артикль: *the*, 1 предлог: *across*, 1 наречие: *literally*.

В русском заголовке есть всего 9 слов, использованы двойные кавычки и двоеточие, 5 существительных: Видео, контрабандисты, смысле, детей и границу, 1 глагол: перебрасывают, 2 предлога: в и в, 1 числительное.

Слово Видео было переведено при помощи транслитерации. На примере данного слогана становится понятно, что единица Видео передается буквами русского языка.

Слово *smuggler* означает “*someone who smuggles*”. Следовательно, если нужно понять значение слова «*smuggler*», необходимо понимать глагол “*smuggle*”. “*Smuggle*” в словаре означает “*to take things or people to or from a place secretly and often illegally*”. Следовательно, более полное значение слова «*smuggler*» должно быть: *someone who takes things or people to or from a place secretly and often illegally*. Теперь давайте посмотрим, что означает «контрабандист» в русском языке: Контрабандист – тот, кто занимается контрабандой. Точно так же нам нужно знать значение слова «контрабанда». Контрабанда – тайный провоз через государственную границу товаров, ценностей и т.п., облагаемых пошлиной или запрещённых к вывозу. Теперь мы поняли что словосочитания “*someone who smuggles*” и “тот, кто занимается контрабандой” имеют одинаковое значение.

Причина, по которой автор использует здесь двойные кавычки, такова: “*throw children*” или «перебрасывать детей» – это очень редкое действие. Читатели могут быть сбиты с толку, читая это название впервые. Роль двойных кавычек здесь заключается в том, чтобы подчеркнуть достоверность действия – контрабандисты в буквальном смысле перебрасывают детей через границу.

Наречие “*literally*” было переведено на русский язык словосочетанием – “в буквальном смысле”. Это описательный перевод, это лексическая трансформация, при которой лексическая единица исходного языка заменяется словосочетанием, потому что это словосочетание дает более полное определение этого значения в русском языке.

В обоих названиях используются двойные кавычки, чтобы подчеркнуть жестокость действия. Путем сравнения мы обнаружили, что эта интерпретация очень точна. Переводчик не только нашел слова с точно таким же значением, но и использовал ту же пунктуацию для повышения точности.

Сравнивая эти три заголовка, мы получили следующие данные, приведенные в таблице №1.

Таблица №1

Сравнение русских и английских заголовков

Язык	Кол-во слов	Знаки препинания	Части речи	Приемы перевода
Англ.	31	двойные кавычки двоеточие запятые	существительные глаголы артикли числительные предлоги наречия	

Русск.	26	двойные кавычки двоеточие дефис запятые	существительные глаголы числительные предлоги	транслитерация: 2 транскрипция: 1 калькирование: 2 описательный перевод: 1
--------	----	--	--	---

Далее мы сосредоточимся на анализе несколько абзацев статьи «*Video: smugglers literally "throw" children across the border*». Статья состоит из 5 абзацев. Первый абзац статьи знакомит с предысторией события: *The little girls who were literally smuggled to the American side of the Mexican border are sisters from Ecuador. They are "doing great now," Gloria Chavez, chief of the El Paso border patrol sector, told Your World on Thursday.* – Маленькие девочки, которые были буквально переброшены контрабандистами на американскую сторону границы с Мексикой, являются сестрами из Эквадора. В настоящее время они «прекрасно себя чувствуют», было заявлено в четверг в программе «*Your World*» начальник сектора пограничного патруля Эль-Пасо Глория Чавес (*Gloria Chavez*).»

В английском тексте всего 2 предложения, использованы двоеточие, двойные кавычки, запятые и точки. Всего 13 существительных, 3 прилагательных, 6 глаголов, 2 местоимения, 3 наречия, 5 предлогов и 4 артикля.

В русском тексте тоже 2 предложения, использованы двойные кавычки, запятые, точки, дефис и скобки. Всего 17 существительных, 4 прилагательных, 4 глаголов, 3 местоимения, 2 наречия, 1 причастие и 6 предлогов.

В текущем переводе используются методы транскрипции и транслитерации.

Транскрипции: *Gloria Chavez* - Глория Чавес, *El Paso* - Эль-Пасо, *Ecuador* - Эквадор.

Транслитерации: *American* - американская, *sector* - сектор.

Слово *Your World* не было переведено.

Однако методы интерпретации двух языков все же немного отличаются. Например: предложение *They are "doing great now,"* было переведено следующим образом «В настоящее время они «прекрасно себя чувствуют». Видно что русское словосочетание в настоящее время было переведено при помощи описательного перевода (экспликация). Словосочетание *"doing great"* было переведено «прекрасно себя чувствуют».

В результате применения контрастивно-сопоставительного анализа можно заметить, что английский и русский языки сильно отличаются по синтаксису, но интерпретация все равно очень точная.

Следующий абзац: *"I was really shocked when I first saw the images from my staff," Chavez said. - When I saw that the first child fell to the ground and did not move for several seconds, I thought that she just hit her head and lost consciousness. And then I see the second child and immediately the DHS (Department of Homeland Security) staff, quickly arrived at the scene. "* - «Я была действительно потрясена, когда впервые увидела изображения, полученные от моих сотрудников, — сказала Чавес. — Когда я увидела, что первый ребенок упал на землю и *не* шевелится в течение нескольких секунд, я подумала, что она *просто* ударилась головой и потеряла сознание. А потом я вижу второго ребенка и сразу *же* сотрудников DHS (Department of Homeland Security), оперативно прибывших на место».

В английском тексте всего 3 предложения, использованы двоеточие, двойные кавычки, тире, скобки, запятые и точки. Всего 12 существительных, 10 союзов, 3 прилагательных, 13 глаголов, 7 местоимений, 5 наречий, 4 предлога и 5 артиклей.

В русском тексте тоже 3 предложения, использованы двоеточие, двойные кавычки, тире, скобки, запятые и точки. Всего 14 существительных, 4 прилагательных, 10 глаголов, 2 причастие, 3 частицы, 6 местоимений, 8 союзов, 1 числительное, 4 наречия и 4 предлога.

Имя Чавес было переведено при помощи транскрипции. Отличие от предыдущего абзаца в том, что в этом переводе используется традиционный метод перевода. Английские слова поочередно заменяются русскими словами, соответствующими их значениям. Например: значение слова “*staff*”: *the group of people who work for an organization*, передано словом “сотрудник”, которое в русских словарях имеет следующие значения: 1. Устар. Тот, кто работает вместе с кем-л., помогает в каком-л. деле. 2. Тот, кто работает вместе в каком-л. учреждении; служащий. Одно и то же, русское слово имеет больше значений, чем английское слово, но читатели легко поймут, что здесь использовано второе значение.

В среду Чавес опубликовал видеозапись, на которой, по ее словам, «два контрабандиста перелезли через 14-футовый забор и бросили каждого ребенка на землю вместе с тем, что казалось какими-то вещами, прежде чем вернуться на мексиканскую сторону».

Переходим к следующему абзацу: *On Wednesday, Chavez released a video in which, she said, "two smugglers climbed over a 14-foot fence and threw each child on the ground along with what appeared to be some sort of thing, before returning to the Mexican side."* – В среду Чавес опубликовала видеозапись, на которой, по ее словам, «два контрабандиста перелезли через 14-футовый забор и бросили каждого ребенка на землю вместе с тем, что казалось какими-то вещами, прежде чем вернуться на мексиканскую сторону».

В английском тексте всего 1 предложение, использованы двойные кавычки, дефис, запятые и точки. Всего 10 существительных, 3 союза, 2 прилагательных, 7 глаголов, 3 местоимения, 9 предлогов, 1 числительное и 3 артикля.

В русском тексте тоже 1 предложение, использованы двойные кавычки, дефис, запятые и точки. Всего 10 существительных, 3 прилагательных, 5 глаголов, 2 местоимение-прилагательных, 1 местоимение-существительное, 3 частицы, 6 местоимений, 1 союз, 3 местоимения, 1 наречие и 8 предлогов.

Методы интерпретации русскоязычных статей практически такие же, как и в английских, потому что в этом заголовке, кроме того что имя Чавес было переведено при помощи транскрипции, остальные части были переведены общепринятыми методами.

Переходим к следующему абзацу: *Chavez explained that the girls - five and two years old – were abandoned "in the middle of the New Mexico desert ... miles from the nearest residence" and were only picked up thanks to "the vigilance of our agents using mobile surveillance technology. I am very glad that the girls did not receive serious injuries, did not break their limbs or something like that. " Authorities have not previously seen "ruthless" smugglers smuggle unaccompanied migrant children into remote areas outside El Paso.* – Чавес пояснила, что девочки – пяти и двух лет — были оставлены «посреди пустыни Нью-Мексико ... в милях от ближайшей резиденции» и были подобраны только благодаря «бдительности наших агентов, использующих мобильную технологию наблюдения. Я очень рада, что девочки не получили серьезных травм, не сломали конечности или что-то в этом роде». Власти ранее не видели, чтобы «безжалостные» контрабандисты переправляли несопровождаемых детей-мигрантов в отдаленных районах за пределами Эль-Пасо.

В английском тексте всего 3 предложения, использованы двоеточие, двойные кавычки, тире, многоточие, запятые и точки. Всего 22 существительных, 6 союзов, 7 прилагательных, 16 глаголов, 2 числительные, 4 местоимений, 6 наречий, 8 предлогов и 6 артиклей.

В русском тексте тоже 3 предложения, использованы двоеточие, двойные кавычки, тире, многоточие, запятые и точки. Всего 21 существительных, 6 прилагательных, 7 глаголов, 4 причастие, 1 деепричастие, 3 частицы, 6 местоимений, 3 союза, 2 числительные, 3 наречия и 8 предлогов.

В данном абзаце, слова “резиденция”, “агент”, “мигрант”, “Нью-Мексико” и “мобильная” были переведены при помощи транслитерации. Слова “Чавес” , “технология” и “Эль-Пасо” были переведены при помощи

транскрипции. Значение слова “*vigilance*” : *more careful attention, especially in order to notice possible danger*. Значение слова “бдительность”: постоянное настороженное и неослабное внимание. Видно, что эти два слова имеют одинаковое значение. Слово “*ruthless*” означает: *not thinking or worrying about any pain caused to others; cruel*. А слово «безжалостные» имеет два значения: 1. Не испытывающий жалости, сострадания; жестокий. 2. Такой, который невозможно остановить, изменить. Оба слова выражают безжалостность контрабандиста.

Разберем конец статьи: *“I’ve been doing this for over twenty-five years, and we know exactly the tactics of these people,” continues Chavez. “It’s just a profit for them ... So when we see a video like this, it makes me uneasy and worried that they may continue to try this tactic further in the wilderness, such as near Lordsburg, New Mexico or Fort Hancock, Texas.”* — «Я занимаюсь этим уже более двадцати пяти лет, и мы точно знаем тактику этих людей, — продолжает Чавес. — Для них это просто прибыль ... Поэтому, когда мы видим подобное видео, это вызывает у меня тревогу и беспокойство, что они могут продолжать пробовать эту тактику дальше в пустынной местности, такой как вблизи Lordsburg, штат Нью-Мексико или Fort Hancock, штат Техас».

В английском тексте всего 2 предложения, использованы двоеточие, двойные кавычки, многоточие, запятые и точки. Всего 12 существительных, 7 союзов, 11 глаголов, 1 числительное, 1 прилагательное, 13 местоимений, 4 наречия, 6 предлогов и 3 артикля.

В русском тексте тоже 3 предложения, использованы двоеточие, двойные кавычки, дефис, многоточие, запятые и точки. Всего 14 существительных, 2 прилагательных, 8 глаголов, 4 причастие, 1 деепричастие, 3 частицы, 11 местоимений, 5 союзов, 2 числительные, 1 частица, 5 наречий и 3 предлога.

В этом абзаце методы интерпретации двух языков разные, например: “*a video like this*” было переведено на “подобное видео”, перед “Нью-Мексико”

и “Техас” переводчик решил добавить слово “штат”, так как в английском тексте не было слово “state”. Видно, что переводчики используют характеристики слов на разных языках для перевода статей. Благодаря этим тонким корректировкам жителям страны легче понять смысл статьи.

Сравнивая английский и русский тексты, мы получили следующие данные, приведенные в таблице №2.

Таблица №2:

Сравнение русского и английского текста

язык	Кол-во предложений	Знаки препинания	Части речи	Приемы перевода	Эмоцион. воздействие
Англ.	11	двоеточие, двойные кавычки, дефис, тире, скобки, многоточие, запятые и точки	69 существительных, 26 союзов, 53 глаголов, 4 числительных, 16 прилагательных, 29 местоимений, 18 наречия, 32 предлогов и 21 артикля.		В статье рассказывается о том, что произошло. Подчеркнул безжалостность контрабандистов.
Русск.	12	двоеточие, двойные кавычки, дефис, тире, скобки, многоточие, запятые и точки	76 существительных, 17 союзов, 34 глагола, 5 числительных, 19 прилагательных, 32 местоимения, 15 наречий, 29 предлогов, 10 частицей, 11 причастий, 2 деепричастия, 2 местоимение-прилагательных, 1 местоимение-существительное.	Транслитерация, Транскрипция, Описательный перевод (экспликация).	Так же, как и в английском тексте.

Используя контрастивно-сопоставительный анализ при исследовании двух статей и 3 заголовков, мы можем сделать следующие выводы:

1) Количество предложений в двух языковых текстах разное, количество слов в заголовках двух языков тоже разное. Знаки препинания в двух языковых текстах разные.

2) Самая большая разница в текстах – это используемые части речи. В русском языке нет артиклей, и в английском тексте нет частиц, причастий, деепричастий, местоимений-прилагательных и местоимений-существительных.

3) Транслитерация и транскрипция часто используются при переводе имен, географических названий и названий стран. Например: Транскрипции: *Gloria Chavez* – Глория Чавес, *El Paso* – Эль-Пасо, *Ecuador* – Эквадор, транслитерации: *American* – американская, *sector* – сектор.

4) При переводе устойчивых словосочетаний переводчик использует калькирование. Например: “*Just do it*” – «Ты сможешь». “*Cross the line*” – “перешли черту”.

5) Переводчик иногда используют описательный перевод для более полного объяснения части рекламного медиатекста. Например, наречие “*literally*” было переведено на русский язык словосочетанием – “в буквальном смысле”.

6) Интерпретации двух языков имеют много общего, например: “*throw children*” или «перебрасывать детей». В интерпретации двух языков автор использует знаки препинания для усиления эффекта от действия. Так же в английском и русском текстах много слов с одинаковым значением. Например: “*at the end of the tunnel*” было заменено на “в конце туннеля”, “контрабандист” и “*smuggler*” и т.д..

7) Различия между двумя языковыми интерпретациями текста: Некоторые слова имеют больше значений, чем в другом языке, например, слово “*ruthless*” означает: *not thinking or worrying about any pain caused to others; cruel*. А слово «безжалостные» имеет два значения : 1. Не испытывающий жалости, сострадания; жестокий. 2. Такой, который невозможно остановить, изменить. Читателям необходимо судить о значении слов, основываясь на значении контекста.

8) Методы интерпретации двух языков различны, например: в английском тексте: “*a video like this*”, а в русском: “подобное видео”. Иногда

переводчики даже добавляют несколько слов, чтобы более точно передать смысл перевода, например, перед “Нью-Мексико” и “Техас” переводчик решил добавить слово “штат”, так как в английском тексте не было слово “state”.

2.2. Распространенность приемов интерпретации медиатекста

Как упоминалось ранее в главе 1, на стр.6 настоящей ВКР, Заголовок – главный объект, привлекающий внимание читателя. Главной задачей его является «зацепить» читателя, заинтриговать его и заставить прочитать предложенный текст. Благодаря выполнению функции, многие заголовки имеют эмоциональную и выразительную окраску. Часто характерно отклонение от нейтрального стиля изложения, от нормы языка. Это заставляет читателя обратить внимание на предложенный текст. Заголовки текстов, которые описывают идентичные события, могут существенно различаться по тональности, т.е. по степени выраженности отношения автора к изложенным фактам. Другими словами, различаются по степени реализации ударной функции.

Большинство рассматриваемых нами газетных текстов либо содержат негативную оценку России и происходящих в ней событий, либо являются нейтральными, т.е. выполняют лишь информативную функцию. Заголовки адекватно отражают эту тенденцию. К нейтральным заголовкам можно отнести:

«*Deportation of Uzbek by Russia is Criticized*» – «Депортация узбеков Россией подвергается критике». «*Dispute between Georgia, Russia Escalates*» – «Спор между Грузией и Россией обостряется». «*Russia near Deal to Join the W.T.O.*» – «Россия близка к сделке по вступлению в ВТО». «*Ex-spy Buried in London: Russia Opens Criminal Case*» – «Экс-шпион похоронен в Лондоне: в России возбуждено уголовное дело». «*Abramovich Seeks to Quit as Russian Regional Governor*» – «Абрамович хочет уйти с поста губернатора российского региона». «*Putin Denies Role in Death of Ex-spy*» – «Путин

отрицает причастность к смерти бывшего шпиона»[Deportation Of Uzbek By Russia Is Criticized European Court Had Ordered Stay][Dispute Between Georgia, Russia Escalates Moscow Alleges Provocation as Court Extends Detention of Officers Facing Espionage Charges][Russia near Deal to Join the W.T.O][Ex-Russian spy buried in London][Abramovich seeks to quit as Russian regional governor][Putin denies role in death of ex-spy].

Приведенные ниже заголовки содержат отрицательную оценку. Она приукрашена и приглушена различными способами. Подробный анализ способов реализации отрицательной оценки можно найти в таких заголовках, как:

«*Russia, a Glass Half Full?*» – «Россия, пессимизм или оптимизм?»
[*Russia, glass half-full?*].

В русском названии есть намек на очень известное высказывание о том, как оптимисты и пессимисты смотрят на вещи. А в английском заголовке автор сравнивает Россию с наполовину полным стаканом. Автор, кажется, имеет пессимистический взгляд на Россию, но выражает эту позицию, не одобряя ее. Он использует не пессимистический взгляд в утвердительной форме, а ставя под сомнение оптимистический взгляд, используя эллиптический общий вопрос. Таким образом, оба названия не прямо высказывают отрицательную позицию, а ставят под сомнение положительную. Это смягчают общую тональность названия.

«*Russia's Half-Truth*» – «Российская полуправда»[*Russia's Half-truths*].

Существительное полуправда содержит схему неполного соответствия предлагаемой информации действительности, то есть ложь. Однако, ложь относится только к содержательной плоскости. Это подразумевается. Поэтому при выражении, в форме слова (полуправда) истина, хотя и неполная, истолкована именно так. Использование такого дискурса помогает автору снизить прямолинейность заголовка, смягчая негативную оценку.

«*Russian Ex-Spy, a Putin Critic, Dies in London after Poisoning*» - «Бывший российский шпион, критик Путина, умер в Лондоне после отравления»[Russian Ex-Spy].

Заголовок абсолютно нейтрален по экспрессии как в русском, так и в английском языках: в нем отсутствуют выразительные эмоционально окрашенные лексические элементы. По своей форме (структуре) это утвердительное предложение, т.е. простая констатация факта. В то же время заголовок, о котором идет речь, содержит аппозицию критика Путина и, таким образом, подразумевает некоторую причастность главы России к этому событию (отравление). Данный вывод, по принципу сотрудничества Грайса, основан на максиме объема информации («не делитесь информацией, которая является лишней», т.е. любая упомянутая информация считается важной). Так что, узнав, что бывший шпион был критиком Путина, читатель, как русский, так и английский, желает он этого или нет, связывает с этим фактом смерть шпиона.

Все эти заголовки характеризуются наличием существительных и фраз как в русском, так и в английском языке, имеющих очевидный отрицательный оттенок: Тьма – *Darkness*; Газовый – *Gas*; Мрачная правда – *Dark Truth*; Коррупция – *Corruption*, насилие и порок – *Violence and Vice*; Худшее преступление. Более того, все эти заголовки в русском и английском языках имеют форму утвердительных предложений, имеющих модальность констатации факта, что облегчает их восприятие читателем как истину. Таким образом, сочетание негативной словарной коннотации и коннотации факта в одном предложении эффективно выполняет функцию воздействия и создает в сознании читателей негативный образ России.

Заголовок текста: «Россия, пессимизм или оптимизм?», передающая сомнения автора в правильности оценки ситуации в России, следует вводная часть:

«*For the last 10 days, Russia's backsliding on its young democracy has been under intense scrutiny. The retrogression dominated the press conference between*

Presidents Bush and Putin in Slovakia last week, with Mr. Bush chiding his soul-mate "Vladimir" about the necessity for free media, rule of law, and vibrant political opposition.» – «Последние 10 дней отход России от молодой демократии находится под пристальным вниманием. Регресс доминировал на пресс-конференции между президентами Бушем и Путиным в Словакии на прошлой неделе, когда г-н Буш упрекал своего соратника “Владимира” по поводу необходимости свободных СМИ, верховенства закона и активной политической оппозиции.»

Это начало, так же как заголовок, отражает желание автора разобраться в ситуации в России. Благодаря ему мы видим нейтральное намерение автора. Однако, нейтральные намерения не всегда полностью реализуются в текстах средств массовой информации. Часто они имеют идеологическую модальность, соответствующую той или иной системе ценностей и социально-политическим взглядам. В результате, фраза «Россия отступает от своей молодой демократии», использованная в самом начале текста, является номинальной структурой, имеющей модальность констатации факта, которая создает впечатление, что вышеупомянутая ситуация в стране является реальной. В основе рассматриваемой фразы лежит противопоставление лексического элемента, имеющего положительный оттенок в западной системе ценностей (демократия), и лексического элемента, содержащего отрицательный оттенок (отступление). Эта фраза определяет общий негативный тон вводной части, который подкрепляется использованием других лексических единиц с отрицательной коннотацией (отступление, регресс; упрекать). Следует отметить, что глагол «упрекать» подразумевает превосходство агента по отношению к пациенту, его право на это. Это объясняет выбор автором данного лексического элемента и отражает его мировоззренческие ценности. Однако автор не использует этот лексический элемент в форме сказуемого, что сделало бы утверждение грубее. Вместо этого автор использует причастную конструкцию, выражая сопутствующие обстоятельства неудачи: г-н Буш упрекает своего

единомышленника «Владимира». Это помогает смягчить заявление. Выбор непосредственного объекта (фраза его единомышленника «Владимир») для упрека причастия способствует той же цели: он смягчает высказывание и в некоторой степени нейтрализует схему подчинения пациента. Косвенный предложный объект о необходимости свободных СМИ, верховенства закона и активной политической оппозиции также относится к упрекам причастия. Существительное необходимость подразумевает отсутствие в России всех вышеперечисленных явлений. Эти явления составляют основу западной демократии, поэтому, как сообщается, отсутствие этих демократических черт в России может создать негативный образ России в сознании западных читателей.

В заключительной части этого текста:

«Still, as President Bush navigates relations with Moscow, and as members of Congress throw out suggestions like suspending Russia from the G-8, they would do well to consider the full contextual landscape of that vast and complex country, the author uses an adversative-concessive structure. The first part of which contains the description of real actions of the American president and representatives of the congress. The Actions of the president (navigates relations with Moscow) are evaluated neutrally, as the verb to navigate does not contain any connotations. The actions of the congress are evaluated negatively, since the phrase throw out suggestions has negative connotations» – «Тем не менее, пока президент Буш управляет отношениями с Москвой, а члены Конгресса выдвигают такие предложения, как исключение России из G-8, им было бы неплохо рассмотреть весь контекстуальный ландшафт этой обширной и сложной страны, автором используется противодействие – уступчивая структура. Первая часть содержит описание реальных действий американского президента и представителей конгресса. Действия президента (ориентируется в отношениях с Москвой) оцениваются нейтрально, так как глагол ориентироваться не имеет коннотации. Действия съезда оцениваются

отрицательно, так как фраза «выбросить предложения» имеет негативный оттенок.»

Вторая часть предложения представляет собой неявный совет Президенту и Конгрессу, как относиться к России. Завуалированный совет выражается через сослагательное наклонение: им следует рассмотреть полный контекстный ландшафт этой обширной и сложной страны. Фраза «обширная и сложная страна», содержащая эпитеты «обширная и сложная», свидетельствует об уважении автора к России. Фраза «рассмотреть полный контекстуальный ландшафт» свидетельствует о стремлении автора разобраться в этом вопросе с учетом культурно-исторических особенностей страны. Таким образом, заключение текста, заголовок и вступительная часть реализует нейтральный (конструктивный) замысел автора, его стремление объективно определить ситуацию в России. Наверное, читательский взгляд на Россию тоже будет конструктивным.

Еще одна важной особенностью новостных и аналитических медиатекстов является большое количество цитат, использованных в них. В основном русле этого исследования цитирование интересно нам с точки зрения реализации коммуникативного замысла автора как в двух языках. Как в английском, так и в русском. Именно благодаря цитированию автор может осуществить свое намерение (выразить свое отношение к референту, внушить такое отношение читателю), используя слова других людей. С использованной данной техники автор отмежевывается от сказанного и притворяется человеком, который лишь передает информацию, представившись посланником чужого мнения. В случае, если какой-либо упомянутый аналитик допускает резкое заявление, то виноват он. Автор при этом остается беспристрастным, объективным наблюдателем.

Цитаты также используют как иллюстрации, на основании которых автор делает различные выводы. Например, текст «*Double Talk on Democracy*» – «Двойное обсуждение демократии» содержит анализ выступлений Д. Чейни, произнесенных во время его визита в страны

Центральной Азии и Восточной Европы. Данный текст был основан на сравнении и противопоставлении его заявлений о ситуации в России и республиках Центральной Азии в контексте их демократических реформ. Параллельные синтаксические конструкции служат в качестве основы для такой оппозиции: Не ругал Москву за использование нефти и природного газа в качестве «инструментов запугивания и шантажа». Он восхищался «всем, что было достигнуто за последние 15 лет, как в экономической, так и в политической сфере» – «*all that's been accomplished in the last 15 years, both in the economic and the political realm*». Использованный глагол ругать, имеет отрицательную коннотацию, но при использовании вместе с глаголом восхищаться, имеющим положительные коннотации, производят контрастный эффект. Данный контраст усиливается при помощи цитирования негативных («инструменты запугивания и шантажа») и нейтральных («все, что было достигнуто за последние 15 лет как в экономической, так и в политической сфере») настроений.

Автор использует технику контраста, чтобы продемонстрировать противоречия в речи Д. Чейни: развитие демократии в России, относительно демократической стране, Д. Чейни оценивает отрицательно, в то же время его восприятие развития демократии в странах Центральной Азии и странах с авторитарным правлением скорее положительно. Рассматриваемый контраст можно резюмировать следующими словами: Наглое отображение разных штрихов для разных людей понятно и неприемлемо. Отсюда следует, что прием контрастирования с использованием цитат позволяет автору продемонстрировать противоречия в позиции референта, а также заставляет читателя задуматься о текущих событиях. Благодаря этому нейтральное намерение [Double Talk on Democracy].

Комментарии (реплики) автора, которые косвенно характеризуют цитируемого докладчика, как в английском, так и в русском языке очень влияют на восприятие читателем цитат, а значит, и всего текста. Формально автор только представляет спикера, предлагает читателю актуальную

информацию о его занятиях и деятельности. Однако, по принципу сотрудничества (максимой количества информации) читатель понимает, что такой длинный комментарий это определенная характеристика говорящего. Подобные реплики используются при формировании определенного отношения к говорящему и его словам. В данном случае мы снова видим оппозицию «мы – они».

Отношение читателя зачастую зависит от совпадений и наоборот, несоответствий собственным ценностным ориентациям и ценностным ориентациям цитируемого спикера. Согласованность мировоззрения влияет на формирование положительного отношения к говорящему и его словам. А резкие различия, вызывают негативное восприятие говорящего и скептическое отношение к его словам.

Из этого следует, что авторские реплики (комментарии), которые часто являются косвенной характеристикой говорящих, помогают читателю сориентироваться в аксиологическом пространстве текста, а также придерживаться точки зрения тех говорящих, для которых ценностные ориентации совпадают с ценностными ориентациями читателя. Поэтому, мнение, воспринимаемое оратором позитивно («нас») скорее убедит читателя в своей правоте и будет легко принято читателем, чем точка зрения «их», «чужака» (человека с противоположным взглядом, которая воспринимается негативно).

Исходя из этого следует, что авторы статей как в английском, так и в русском языке, используют реплики для того, чтобы помочь читателю сориентироваться в аксиологическом пространстве текста и в итоге сформировать позицию читателя. Но, так же как и при выполнении аксиологических функций, высказывания автора засвидетельствуют о его беспристрастности и объективности, для его якобы «нейтрального намерения».

Автор может продемонстрировать свою беспристрастность и объективность, используя фразы типа «Эксперты», за которыми часто

следует отрицательная оценка референта. Используя эту технику, автор, во-первых, отмежевывается от явной негативной модальности цитирования «экспертов» и «надежных источников»; претендует на роль объективного наблюдателя, а, во-вторых, убеждает читателя в том, что слова автора правильны и правдивы, основываясь на свидетельствах очевидцев а также мнении экспертов:

«Witnesses said the bitterly divided Rada dissolved into "pandemonium" at the news, with fisticuffs, angry shouting matches, and at least one attempt to storm the podium» – «Свидетели говорят, что расколотая Рада превратилась в «столпотворение» в новостях, с кулачными боями, яростными криками и по крайней мере одной попыткой штурма трибуны» [Ukraine's pro-democracy reforms in doubt].

Это предложение содержит яркое и эмоциональное описание событий в Раде: использована метафора «столпотворение», которая иллюстрирована списком событий, происходящих в Раде: это и кулачные бои, и гневные бои с криками и как минимум одна попытка штурма трибуны. Однако эта словесная картина не принадлежит автору; он принадлежит «свидетелям», которые должны нести ответственность за чрезмерную эмоциональность высказывания.

Из этого следует, что использование цитирования в медиатексте отличается от использования цитат в других типах текстов. Основная функция цитат в медиатекстах – не иллюстративная, а воздействующая, побуждающая читателя принять точку зрения автора.

По результатам рассмотрения 11 статьей было выявлено, что 55 % из рассмотренных содержат в себе нейтральные заголовки, т.е. выполняют информативную функцию. Что касается заголовков статей, содержащих отрицательную оценку, то они составляют 45 % от рассмотренных статей. Как в русском, так и в английском языке наблюдается использование особых “ключевых слов”, таких, например, как Россия – *Russia*, Путин – *Putin*, Шпион – *Spy*. Предполагается, что автором такие слова были выбраны для

того, чтобы привлечь внимание читателя к рассмотрению данной статьи. В данном случае речь не идет о ее полном прочтении, так как в настоящее время авторам статей в электронных изданиях важны “клики”, т.е. только переходы на страницы с текстом статьи.

В некоторых случаях прямой перевод заголовка статьи невозможен ввиду того, что с помощью данного способа нельзя передать его смысл. В пример можно привести ранее упомянутую статью под названием “*Russia, a Glass Half-Full?*” [Russia, a Glass Half-Full?]. Данный заголовок был переведен как “Россия, пессимизм или оптимизм”, что отражает смысл, заложенный в название статьи на английском языке, так как “наполовину полный стакан” может рассматриваться как с точки зрения пессимизма, так и оптимизма. Особенно это заметно в английском языке, так как для англоязычных читателей применение такого выражения является нормой. Восприятие же заголовка со смысловой точки зрения зависит от субъективного мнения читателя, так как стакан может быть наполовину пуст (пессимизм) или же наполовину полон (оптимизм).

Особое внимание необходимо уделить такому существительному, как “полуправда”, или “*half-truth*” в английском языке. Как было отмечено ранее, такой термин отражает ситуацию, когда человек говорит одновременно как правду, так и ложь. Как в русском, так и в английском языке при составлении заголовка статьи истолкование истины, пускай даже и неполной, помогает смягчить негативную оценку. Особенно это заметно в в ранее упомянутом заголовке статьи “*Russia’s Half-Truth*” [Russia’s Half-Truth] или “Российская полуправда”. В данном случае необходимо отметить, что данное существительное с точки зрения английского языка используется для того, чтобы ввести субъекта (читателя, адресата, собеседника) в заблуждение. В русском языке полуправду можно охарактеризовать как дозированную правду, полуобманом (или как в случае с наполовину полным стаканом, полуправдой). Из этого можно сделать вывод, что как в

английском, так и в русском языках данное существительное используется в одинаковом смысле.

Необходимо также отметить, что в статье «*Russian Ex-Spy, a Putin Critic, Dies in London after Poisoning*» – «Бывший российский шпион, критик Путина, умер в Лондоне после отравления» [Russian Ex-Spy] также используется прямой перевод, который в точности передает как эмоциональный окрас, так и смысл англоязычного заголовка. Из этого можно сделать вывод, что как русский, так и английский читатель при виде данного заголовка будет думать о причастности Путина к отравлению исходя из словосочетания “критик Путина” – “*A Putin Critic*”, что будет являться причиной прочтения полного текста статьи.

Что касается информативной функции заголовков статей, то как в русском, так и в английском языке их смысл остается достаточно похожим, т.е. в разноязычных вариантах автор текста не выражает какую-либо субъективную оценку происходящего, а отражает только его объективную сторону. В пример можно привести ранее упоминаемые названия статей: «*Dispute between Georgia, Russia Escalates*» – «Спор между Грузией и Россией обостряется»; «*Ex-spy Buried in London: Russia Opens Criminal Case*» – «Экс-шпион похоронен в Лондоне: в России возбуждено уголовное дело»; «*Putin Denies Role in Death of Ex-spy*» – «Путин отрицает причастность к смерти бывшего шпиона» [Dispute Between Georgia, Russia Escalates], [Ex-spy Buried in London], [Putin denies role in death of ex-spy]. Необходимо также отметить, что при переводе названий статей с английского языка на русский лучше всего использовать прямой перевод ввиду того, что в оригинале отсутствуют какие-либо фразеологические выражения или лакуны, т. е. слова, у которых отсутствует прямое значение в другом языке.

В ходе изучения англоязычных медиатекстов были выявлены следующие особенности композиции медиатекста, позволяющие сформировать отношение читателя к референту:

а) «каркас» медиатекста (заголовок, вводная часть, заключение) отображает ценностные ориентации автора, а также оказывает влияние на восприятие читателем всего текста. Тон «рамки» определяет, то какой читатель воспримет предложенную информацию: положительной, отрицательной либо нейтральной;

б) большое количество цитирований призвано указать, на не только на предполагаемую объективность автора (автор дает право говорить всем заинтересованным лицам); но и на правдивость информации (источником информации могут быть как «достоверные источники», так и известные люди) Также, использование большого количества цитат помогает продемонстрировать беспристрастность автора, а также его равное отношение к мнению всех заинтересованных сторон, то есть его нейтральные намерения. Все перечисленное помогает автору передать необходимое отношение к референту;

в) авторские комментарии или реплики, которые являются косвенной характеристикой говорящего, представленные цитатами, помогают читателю ориентироваться в аксиологическом пространстве текста а также присоединиться к точке зрения говорящих, с мировоззрением которых они согласны.

г) цитирование позволяет автору реализовать свое намерение . Например, при выражении отношения к референту, внушению данного отношение читателю, при использовании высказываний других людей. При использовании данной техники, автор дистанцируется от сказанного и притворяется человеком, который только передает информацию беспристрастно и объективно. Только передает чужое мнение. Это также способствует формированию особого отношения к референту в читательское мнение.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II

Во второй главе были проанализированы: 8 английских рекламных слоганов, 3 заголовка, 14 статей и 8 рекламных текстов.

В пункте 2.1 были проанализированы: 8 английских рекламных слоганов, 3 заголовка и 1 статья.

Выявлено, что существует множество различий и общих моментов в способах интерпретации английского и русского текста. Как было сказано ранее, количество предложений и количество слов в двух языковых текстах разное, это связано с разницей в части речи. Переводчики использовали разные методы перевода для передачи различной информации. При переводе имен, географических названий и названий стран часто используются транслитерация и транскрипция, а при переводе устойчивых словосочетаний переводчик использует калькирование. Более подробное объяснение можно получить в описательном переводе. Конечно, в двух текстах есть и много общего. Например, некоторые фразы в английском и русских языках имеют полностью одинаковое значение. Но иногда одно и то же слово может быть многозначным в одном языке, а в другом иметь только одно значение.

В пункте 2.2 были проанализирована распространенность приемов интерпретации медиатекста.

В заголовках как на русском, так и на английском языке часто используются ключевые слова. Использование ключевых слов позволяет привлечь внимание читателя. В этом случае важно не само прочтение статьи, а только переход на страницу с текстом.

Иногда автор использует прямой перевод. Однако, этот способ не всегда возможен, потому что не всегда может верно передать смысл. Существуют выражения, являющиеся нормой для читателей одного языка. Поэтому прямой перевод в этом случае не подходит.

Информативные функции заголовков статей в русском и английском языке похожи. В разных языках выражает объективную сторону происходящего.

При переводе статей с русского на английский лучше всего подходит прямой перевод, в случае если в текстах отсутствуют фразеологические выражения или лакуны.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Контрастивно-сопоставительный анализ в настоящее время играет большую роль в деятельности переводчиков ввиду быстрого темпа развития процесса глобализации, в результате чего большое количество людей во всем мире в какой-либо степени знакомы с английским языком и фразами. Однако сам процесс перевода предполагает не только дословный перевод, но и передачу эмоционального окраса текста, его коммуникативные цели, использование специальной терминологии, «игры слов» и т. д. В настоящее время большое распространение получили медиатексты, которые могут содержать в себе новости, сообщения, истории, рекламу и т. д.

В выпускной квалификационной работе была достигнута цель: выявлены способы интерпретации медиатекста на примере англоязычных и русских СМИ, используя контрастивно-сопоставительный анализ.

В выпускной квалификационной работе было уделено внимание рассмотрению следующих задач: дано определение понятия «медиатекст»; рассмотрены способы интерпретации медиатекста, представлена специфика контрастивно-сопоставительного анализа, выполнен анализ эффективности интерпретации медиатекста с английского на русский язык, исследована распространенность приемов интерпретации медиатекста.

В связи с чем в выпускной квалификационной работе были сделаны следующие выводы:

Тексты массовой информации мало различаются по композиционным (структурным) схемам. Чаще всего, они состояются по определенной схеме. В медиатекстах принято выделять четыре части: заголовок, вводную часть, основную часть и заключение. Вступительная часть представляет тему, помогает автору привлечь внимание читателя, установить с ним контакт. Основная часть развивает тему; излагается сообщение темы. Заключение резюмирует информацию, предлагает видение автора.

В главе 1 был сделан вывод о том, что медиатекст представляет собой сообщение, а также текст любого медийного вида и жанра. Проанализировав

историю возникновения медиатекста как языкового явления, было установлено, что оно возникло в XX в. на смену традиционному печатному тексту в связи с быстрыми темпами развития информационных технологий, в частности, компьютеров, смартфонов и сети Интернет, в которой в настоящее время содержится преобладающее количество медиатекста.

Было также установлено, что само понятие «медиатекст» содержит в себе такие феномены, как массово-коммуникативный текст, массмедийный текст, журналистский текст, публицистический текст, газетный текст, телетекст, рекламный текст, PR-текст, Интернет-текст и т.д. Именно поэтому в связи с развитием медиатекста как жанра возникла такая дисциплина, как «медиалингвистика», объектом изучения которой является медиатекст.

Было уточнено определение понятия «контрастивный анализ» и «контрасивно-сопоставительный анализ». Контрастивный анализ был впервые разработан Чарльзом Фризом в качестве неотъемлемого компонента методологии преподавания иностранного языка. Также было установлено, что контрастивный анализ рассматривается с нескольких точек зрения: чисто лингвистический подход, который утверждает, что контрастивный анализ является ни чем иным, как противопоставлением ради противопоставления и новых знаний, которые он может предоставить; контрастивный анализ способен охватить все ошибки, возникающие в усвоении второго языка.

Контрастивный анализ можно использовать для понимания различий, а также сходства между родным и иностранным языком. Было также установлено, что при проведении контрастивного анализа необходимо опираться на языковые универсалии; в противном случае можно получить лишь поверхностное проявление контраста. Таким образом, цель контрастивного анализа – показать, что универсальные глубинные структуры проявляются в поверхностных структурах через правила трансформации.

Что касается способов интерпретации медиатекста, то было установлено, что, затрагивая вопрос интерпретации текста с английского языка на русский, необходимо принимать во внимание лексические аналоги языков. В современной деятельности по переводу существует большое количество приемов, которые представляют собой переводческую операцию, направленную на разрешение какой-либо проблемы и предполагающую типизированную однотипность осуществляемых переводчиком действий. Были выделены лексические и грамматические переводческие трансформации, которые необходимы в контексте различий как в системах языков, так и в правилах употребления их единиц. Также были рассмотрены прямой и косвенный путь перевода, а также такие способы, как буквальный, коммуникативный и семантический переводы. Выборочный и полный перевод играют весомую роль в деятельности переводчика, так как выбор способа перевода зависит не только от самого содержания медиатекста, но также от его коммуникативной направленности, эмоциональной окраски, жанра, цели, которую преследует текст и т. д.

Вербальные намерения и речевые тактики также играют большую роль в деятельности по переводу, так как они направлены на изменение мировоззрения читателя: усилить определенные желания, изменить отношение к определенным явлениям и событиям, преобразовать образ любой ситуации.

В главе 2 были проанализированы: 8 английских рекламных слоганов, 3 заголовка, 14 статей и 8 рекламных текстов. В ходе анализа был сделан вывод, что в способах интерпретации русского и английского текста существуют как различия, так и общие моменты. Количество предложений и слов в двух языках разное, так как существует разница в частях речи.

Было установлено, что при переводе имен, географических названий и стран часто используется транслитерация и транскрипция. При переводе устойчивых выражений использовано калькирование.

Англоязычные и русскоязычные тексты имеют много общего. Были выявлены фразы, которые при переводе имеют полностью одинаковое значение в двух языках.

Была рассмотрена эффективность способов интерпретации медиатекста с английского на русский язык. В его ходе анализа было выявлено, что в двух языках часто используются ключевые слова. Это позволяет привлечь внимание читателя.

Рассмотрены примеры прямого перевода. Выявлено, что использование прямого перевода возможно не во всех случаях. При наличии фразеологических выражений или лакунов, с помощью прямого перевода не всегда возможно достоверно передать смысл.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антонова Л.Г. Медиатексты в современной массовой коммуникации // Ярославский педагогический вестник. - 2011. - №2. С. 275-279.
2. Боков М.Б. Коммуникативная функция СМИ // Мониторинг. 2009. - №5 (93). - С. 31-53.
3. Виноградов В.С. Введение в переводоведение. - М.: Изд-во ин-та общего среднего образования РАО, 2001. - 224 с.
4. Гергиева З. Г. О статусе контрастивной лингвистики // Вестник ННГУ. - 2009. - №6-2. - С. 1-4.
5. Грибовод Е.Г. Медиадискурс // Дискурс-Пи. - 2013. - №3. - С. 118-132.
6. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. - М., 2008. - 264 с.
7. Зеленецкий А.Л. Контрастивная лингвистика и типология // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. - 2010. - №1. - С. 27-32.
8. Иванов В.В. Лингвистика третьего тысячелетия: вопросы к будущему. - М.: Языки славянской культуры, 2004. - 208 с.
9. Иванцова Н.А., Лазицкая Е.Д. Особенности контрастивной лингвистики и ее практическое применение в обучении иностранным языкам // Вестник ИрГТУ. - 2013. - №6 (77). - С. 4-13.
10. Исабеков С.Е. О роли внутри- и межъязыкового сопоставления в лингвистике // Сравнительносопоставительное изучение языков и интерференция: Сб. научных трудов. - Алма-Ата, 1989. - С. 43-47.
11. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики. - М.: Леланд, 2017. - 308 с.
12. Казакова Т.А. Практические основы перевода. - СПб.: Союз, 2001. - 320 с.
13. Клюев Е. В. Речевая коммуникация. - М.: Приор, 1998. - 201 с.
14. Комиссаров В.Н. Общая теория перевода. - М.: ЧеРО, 1999. - 136 с.
15. Кузнецова А.В. К определению понятия «Медиатекст» // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион / Общественные науки. - 2010. - № 5. - С. 141-144

16. Лободенко Л. К. Жанровое своеобразие медиатекстов рекламной журналистики // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. - 2014. - №1. - С. 114-120.
17. Медиатекст // Википедия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82#:~:text=%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20> - Загл. с экрана. (Дата обращения: 21.10.2020).
18. Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода. - Московский Лицей, 1996. - 207 с.
19. Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестник МГУ. Сер. 10. Журналистика. - 2005. - № 2. - С. 7-15.
20. Тюленев С. В. Теория перевода. - М.: Гардарики, 2004. - 336 с.
21. Хисматуллина В.М. Гендерный аспект в телевизионной рекламе. - М.: Сирин, 2002. - 55 с.
22. Чичерина Н. В. Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. - 2007. - №47. - С. 159-167.
23. Чужакин А. П. Мир перевода. - М.: Валент, 2000. - 184 с.
24. Bell A. Approaches to Media Discourse. - London: Wiley and Sons, 1998. - 351 p.
25. Fairclough N. Media discourse. - New York : Hodder Arnold Publication, 1995. - 310 p.
26. Rensburg, R. Contrastive analysis and its relevance to language teaching // Literator. - 2013. - № 4. - P. 10-14.
27. Stockwell P. Sociolinguistics. A Resource Book for Students. - London : Routledge English Language Introductions Series, 2004. - 186 p.
28. Volker G. Contrastive Linguistics: Theories and Methods // International linguistics journal. - 2012. - № 3. - P. 17-44.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Abramovich seeks to quit as Russian regional governor // JoinMust. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiZ9JzpavvAhXNCuwKHSFICHQQFjACegQIBBAD&url=https%3A%2F%2Fjoinmust.org%2Fforum%2Fshowthread.php%3Ft%3D31668&usg=AOvVaw1dkTX_3mj9jcmBF3jDLLqW - Загл. с экрана. (Дата обращения: 26.02.2021).
2. California saw the "light at the end of the tunnel": restrictions will be lifted on June 15 // Новости США на русском языке. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://ruherald.com/v-kalifornii-uvide-li-svet-v-konce-tunnelya-ogranicheniya-snimut-15-iyunya/> - Загл. с экрана. (Дата обращения: 19.04.2021).
3. COVID update: USA crossed the 30,000,000 line // Новости США на русском языке. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://ruherald.com/covid-arpejt-ssha-pereshli-chertu-v-30000000/> - Загл. с экрана. (Дата обращения: 19.04.2021).
4. Deportation Of Uzbek By Russia Is Criticized European Court Had Ordered Stay // The Washington Post. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com/archive/politics/2006/10/27/deportation-of-uzbek-by-russia-is-criticized-span-classbankhead-european-court-had-ordered-stayspan/bf848508-0451-408c-8d38-98538fb65e11/> - Загл. с экрана. (Дата обращения: 26.02.2021).
5. Dispute Between Georgia, Russia Escalates Moscow Alleges Provocation as Court Extends Detention of Officers Facing Espionage Charges // The Washington Post. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com/archive/politics/2006/09/30/dispute-between-georgia-russia-escalates-span-classbankhead-moscow-alleges-provocation-as-court-extends-detention-of-officers-facing-espionage-chargesspan/78313c41-d677-4251-ae99-ae520926bces/> - Загл. с экрана. (Дата обращения: 26.02.2021).

6. Double Talk on Democracy // The New York Times. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2002/10/06/opinion/double-talk-on-democracy.html> - Загл. с экрана. (Дата обращения: 26.02.2021).
7. Ex-Russian spy buried in London // The Orange County Register. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.ocregister.com/2006/12/08/ex-russian-spy-buried-in-london/> - Загл. с экрана. (Дата обращения: 26.02.2021).
8. Putin denies role in death of ex-spy // Financial Times. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.ft.com/content/f2c32872-7bf6-11db-b1c6-0000779e2340> - Загл. с экрана. (Дата обращения: 26.02.2021).
9. Ruherald // Новости США на русском языке. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ruherald.com/> - Загл. с экрана. (Дата обращения: 19.04.2021).
10. Russia near Deal to Join the W.T.O // The Washington Post. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.washingtonpost.com/world/europe/russia-to-join-wto-after-parliamentary-vote/2012/07/10/gJQAFwolaW_story.html - Загл. с экрана. (Дата обращения: 26.02.2021).
11. Russia, glass half-full? // CoStar. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.costar.com/article/706257507> - Загл. с экрана. (Дата обращения: 26.02.2021).
12. Russia's Half-truths // NewsHub. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.newshub.co.nz/home/world/2018/03/russia-spreading-half-truths-and-half-lies-britain.html> - Загл. с экрана. (Дата обращения: 26.02.2021).
13. Russian Ex-Spy, A Putin Critic, Dies in London After Poisoning // The Washington Post. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.washingtonpost.com/archive/politics/2006/11/24/russian-ex-spy-a-putin-critic-dies-in-london-after-poisoning/e62cbe3e-e49c-4f5b-88eb-38220a03a508/> - Загл. с экрана. (Дата обращения: 26.02.2021).
14. Video: smugglers literally "throw" children across the border // Новости США на русском языке. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ruherald.com/video-kontrabandisty-v-bukvalnom-smysle-perebrasyvayut-detej-cherez-granicu/> - Загл. с экрана. (Дата обращения: 19.04.2021).

СПИСОК СЛОВАРЕЙ

1. Большой толковый словарь русского языка. - Спб: Норинт, 1998. - 1534 с.
2. Стилистический энциклопедический словарь русского языка [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rus-stylistics-dict.slovaronline.com/> (Дата обращения: 25.04.2021).
3. Cambridge dictionary [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/> (Дата обращения: 05.04.2021).

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

Гр. – греческий

СМИ – средства массовой информации