

---

**УДК 070**

**ББК 76.02**

**П 32**

**Пинчук З.Е.**

*Оператор электронного набора и верстки ГУП Краснодарского края «Гостиничный комплекс», соискатель кафедры издательского дела, рекламы и медиатехнологий Кубанского государственного университета, e-mail: kud-zoya@yandex.ru*

**Особенности межкультурной коммуникации  
в контексте переводного периодического печатного издания  
(Рецензирована)**

***Аннотация:***

Рассматривается медиаконтекст переводного периодического печатного издания как компонента межкультурной коммуникации. Анализируется взаимосвязь культуры и медиаконтекста, влияние на него культурных факторов, отражение особенностей межкультурной коммуникации в содержании контекста. Установлено, что контекст переводного периодического печатного издания имеет ряд особенностей, обусловленных его включенностью в межкультурную коммуникацию. Эти особенности и определяются присутствием двух культур в контексте издания.

***Ключевые слова:***

Контекст, культура, коммуникация, межкультурная коммуникация, периодическое печатное издание.

**Pinchuk Z.E.**

*Operator of Electronic Set and Imposition, State Unitary Enterprise of Krasnodar Territory "Hotel Complex", Applicant for Candidate's degree of Publishing, Advertisement and Media-Technologies Department, Kuban State University; e-mail: kud-zoya@yandex.ru*

**Features of cross-cultural communication  
in a context of the translated serial printing edition**

***Abstract:***

The paper discusses the media context of the translated serial printing edition as a component of cross-cultural communication. An analysis is made of interrelation of culture and media context, influence of cultural factors on it and reflection of features of cross-cultural communication in the context content. It is established that the context of the translated serial printing edition has a number of the features caused by its inclusiveness in cross-cultural communication. These features are defined by presence of two cultures in an edition context.

***Keywords:***

Context, culture, communication, cross-cultural communication, serial printing edition.

---

В современном мире особую актуальность приобретают вопросы межкультурной коммуникации, которая распространяется на все большие области общественной жизни. В эпоху глобализации одной из наиболее приспособленных к интернациональному взаимодействию социальных сфер является медиа-пространство.

«Одним из важнейших культурных параметров, связанных с межкультурной коммуникацией», назван контекст [1]. В работах М. Б. Бергельсон «контекстуализация при интерпретации дискурса» признана центральным понятием» для исследований по межкультурной коммуникации [2].

Контекст, согласно концепции Т. А. ван Дейка, является когнитивным феноменом [3: 159]. «Существенное значение для понимания когнитивного аспекта текстов массовой информации имеет концепция культуры» [4]. Медиаконтекст во многом обусловлен факторами культуры, контекст переводного СМИ имеет особенности, свойственные межкультурному типу коммуникации.

Применяя системный подход при изучении средств массовой коммуникации, можно выделить несколько взаимосвязанных систем, формирующих контекст периодического печатного издания: «культура», «коммуникация», «массовая коммуникация», «язык», «периодическое печатное издание», «текст», «дискурс», «адресант», «адресат». Их компоненты, релевантные для конкретного акта коммуникации посредством СМИ, в совокупности составляют содержание медиаконтекста. Принадлежность переводного издания к межкультурной коммуникации придает свойственные ей черты всем системам, формирующим содержательное наполнение контекста.

Переводное СМИ – явление межкультурной опосредованной массовой коммуникации. С. Г. Тер-Минасова определяет межкультурную коммуникацию как «общение людей, представляющих разные культуры» [5: 14]. В. Г. Зинченко, В. Г. Зусман, З. И. Кирнозе рассма-

тривают межкультурную коммуникацию как «вид системы культурной коммуникации» [6]. Такое определение указывает на связь культуры и коммуникации, которая придает межкультурному взаимодействию ряд особенностей, присущих и переводному изданию как его компоненту. Согласно авторам, коммуникация между представителями различных культур «усложняется» и приобретает новые «системные свойства». Так как производитель и потребитель СМИ существуют в разных культурах, увеличивается дистанция между ними. «Взаимодействующие культуры нуждаются в посреднике – интерпретаторе, переводчике» [6]. В переводном СМИ эту роль берет на себя издательство. При этом «артефакт одной культуры становится метапродуктом другой культуры», не тождественным первому артефакту [6]. Таким образом, меняется схема коммуникации, в которую добавляются посредник-переводчик, метаартефакт и метапотребитель.

Т. Г. Добросклонская использует применительно к медиалингвистике понятие «культурологический контекст» – «структурированная по уровням совокупность всех содержащихся в тексте культурозначимых сведений» [4]. Г. Н. Немец указывает на включенность журналистского произведения в социально-культурный контекст [7: 53].

Контекст переводного издания формируют две различные системы понятия «культура» – оригинального и переводного издания. Культура представляет собой систему символов, убеждений, ценностей, установок, позиций, ожиданий и норм, разделяемых ее представителями [8]. При межкультурном общении «происходит обмен не только информацией, но и элементами культуры, отражающими национальное коммуникативное поведение народа» [9: 95]. Т. А. ван Дейк указывает на то, что при коммуникации представителей различных культур контекстуальные модели – ментальное представление

---

коммуникативной ситуации в сознании коммуниканта – могут различаться [3: 165]. «К важнейшим понятиям межкультурной коммуникации относится «культурная дистанция» [6]. Следовательно, культурно обусловленные элементы контекста – нормы, ценности, установки, модели поведения и фоновые знания – для создателя оригинала и читателя перевода будут различаться.

Культура тесно связана с другой важнейшей для коммуникации системой – языком. «Невозможно существование языка, который не был бы погружен в контекст культуры» [10: 354]. Эта связь определяет проявление особенностей межкультурной коммуникации в вербальном контексте переводного издания. В работе Т. Г. Добросклонской указана способность языка как фактора культуры «влиять на динамику культурного контекста» [4].

Лингвистический контекст среды массовой информации отражает языковую картину мира и информационную картину мира, которая также культурно обусловлена [4]. Для переводного издания как компонента межкультурной коммуникации характерно наличие двух языковых и двух пересекающихся с ними информационных картин мира, что определяет различное миропонимание, категоризацию действительности и концептосферу.

Важнейшими компонентами среды массовой информации являются системы «текст» и «дискурс». Культурные особенности ярко проявляются в текстах массовой коммуникации. На культуроспецифичность текстов, в частности СМИ, указывает Т. Г. Добросклонская: «текст – это вербально-знаковая символизация культуры» [4]. «Правила построения текста зависят от контекста культуры, в котором он возникает» [11: 87].

Особенностью контекста переводного СМИ является то, что большинство текстов являются инокультурными для читателя и содержат большое количество информации, знакомой реципиенту оригина-

ла, но неизвестной реципиенту перевода. Это определяет высокий уровень эксплицитности культуроспецифичной информации, неизвестной представителю принимающей культуры. Особенности межкультурной коммуникации меняют также характеристики системы «адресат»/«адресант», являющейся одной из важнейших в формировании медиаконтекста.

Создатели и реципиенты переводного издания и издания-оригинала, каждый из которых является языковой личностью, вовлеченные в процесс межкультурной коммуникации, принадлежат к разным лингвокультурным сообществам. При межкультурной коммуникации когнитивные особенности участников общения, в том числе ментальные контекстуальные модели, часто не совпадают. Следовательно, в переводном издании система «адресат» будет отличаться от системы «адресант» набором ценностей, фоновых знаний и других культурно обусловленных характеристик личности. Целевая аудитория – читательский адрес переводного издания – отличен от читательского адреса оригинала. Переводное издание – метаартефакт другой культуры – предназначен для нового метапотребителя [6].

В переводном издании появляется новое звено, являющееся элементом межкультурной коммуникации, – переводчик, названный «потребителем-автором», «который создает метапроизведение» и имеет свои цели и стратегии, также составляющие содержание контекста [6].

Таким образом, контекст переводного СМИ как компонента межкультурной коммуникации имеет ряд особенностей. Так, для русскоязычного варианта переводного издания «National Geographic» особенности межкультурной коммуникации будут отражены в следующих контекстуальных характеристиках. Оригинальное издание создается в рамках американской культуры представителями англоязычного лингвокультурного сообщества и рассчитано на американскую язы-

---

ковую личность. Все языковые характеристики текста, эксплицитность/имплицитность фоновой информации, особенности графического оформления и технического исполнения будут рассчитаны на коммуникативную компетентность, а также вкусы, потребности, ценности и другие культурные установки американской лингвокультуры. Роль посредника, создателя переводного СМИ, выполняет российское издательство. Переводное издание представляет собой метапродукт, адаптированный для русской языковой личности, принимающей русские культурные традиции. Содержание медиаконтекста здесь характеризуется как русским, так и американским культурным фоном.

Культурно обусловленные различия перечисленных компонентов контекста при общении в рамках одной культуры скрыто воздействуют на ход коммуникации, но ярко проявляются при межкуль-

турной коммуникации, часто в виде коммуникативных барьеров. По словам М. Маклюэна, «культурные модели и страсти становятся особенно очевидными в моменты, когда мы осуществляем переход от одной доминирующей формы сознания к другой» [12: 142].

Итак, включенность средства массовой информации в систему межкультурной коммуникации определяет содержательные компоненты контекста, принадлежащие к системам «коммуникация», «культура», «язык», «языковая картина мира», «текст», «дискурс», «адресат», «адресант».

В рамках контекста одного издания происходит столкновение двух культур – имплицитная экстралингвистическая информация проходит адаптацию к мировосприятию потребителя. В результате контекст переводного издания включает установки, присущие культуре оригинала, и установки, присущие культуре перевода.

#### Примечания:

1. Мацумото Д. Психология и культура. 2003. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/Mats/17.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Mats/17.php).
2. Бергельсон М.Б. Дискурсивные жанры, типы дискурсивных сообществ и форматы межкультурной коммуникации // Коммуникация: концептуальные и прикладные аспекты («Коммуникация-2004»): тез. пленарного доклада на II Междунар. конф. URL: [http://www.russcomm.ru/rca\\_biblio/b/bergelson01.shtml](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/b/bergelson01.shtml).
3. Van Dijk T.A. Discourse, context and cognition // Discourse Studies. L., 2006. P. 159-177.
4. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. 2008. URL: <http://gendocs.ru>.
5. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000. 624 с.
6. Зинченко В.Г., Зусман В.Г., Кирнозе З.И. Межкультурная коммуникация. Системный подход. Н. Новгород, 2003. 191 с.
7. Немец Г.Н. К вопросу о логическом методе в эссеистике // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. 2012. Вып. 3. С. 51-57.
8. LeBaron M. Cultural and Worldview Frames. Beyond Intractability / eds. Guy Burgess, Heidi Burgess. Conflict Research Consortium, University of Colorado, Boulder, 2003. URL: [http://www.beyondintractability.org/essay/cultural\\_frames/](http://www.beyondintractability.org/essay/cultural_frames/)
9. Григорьева В.С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса: прагмалингвистический и когнитивный аспекты: монография. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. 288 с.
10. Лотман Ю.М., Успенский, Б.А. О семиотическом механизме культуры // Семиос-

- 
- фера. СПб.: Искусство-СПБ, 2000. 704 с.
11. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2001. 208 с.
  12. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. М.: Академический проект, 2005. 496 с.

#### References:

1. Matsumoto D. Psychology and culture. 2003. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/Mats/17.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Mats/17.php).
2. Bergelson M.B. Discourse genres, types of discourse communities and formats of cross-cultural communication // Communication: conceptual and applied aspects («Communication-2004»): theses of the plenary report of the II International conf. URL: [http://www.russcomm.ru/rca\\_biblio/b/bergelson01.shtml](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/b/bergelson01.shtml).
3. Van Dijk T.A. Discourse, context and cognition // Discourse Studies. L. 2006. P. 159-177.
4. Dobrosklonskaya T.G. Media-linguistics: a system approach to mass media language study. 2008. URL: <http://gendocs.ru>.
5. Ter-Minasova S.G. Language and cross-cultural communication. M.: Slovo, 2000. 624 pp.
6. Zinchenko V.G., Zusman V.G., Kirnoze Z.I. Cross-cultural communication. A system approach. N. Novgorod, 2003. 191 pp.
7. Nemets G.N. On the problem of a logical method in essayistics // The Bulletin of the Adyge State University. Series «Philology and the Arts». 2012. Iss. 3. P. 51-57.
8. LeBaron M. Cultural and Worldview Frames. Beyond Intractability/eds. Guy Burgess, Heidi Burgess. Conflict Research Consortium, University of Colorado, Boulder, 2003. URL: [http://www.beyondintractability.org/essay/cultural\\_frames/](http://www.beyondintractability.org/essay/cultural_frames/)
9. Grigoryeva V.S. Discourse as an element of communicative process: pragma-linguistic and cognitive aspects: a monograph. Tambov: Publishing house of the Tamb. state techn. un-ty, 2007. 288 pp.
10. Lotman Yu.M., Uspensky B.A. On the semiotic mechanism of culture // Semiosphere. SPb.: Iskusstvo-SPB, 2000. 704 pp.
11. Maslova V.A. Lingvoculturology. M.: Academia, 2001. 208 pp.
12. McLuhan M. The Gutenberg Galaxy. The making of the typographic man. M.: Academic project, 2005. 496 pp.