

© Дубовицкая Л.В., 2011

ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА ПОЛИТИЧЕСКИХ ПЛАКАТОВ КАК КУЛЬТУРНО МАРКИРОВАННЫХ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ

Аннотация. Предметом данной статьи является проблема перевода политических плакатов как культурно маркированных креолизованных текстов. Автор проводит анализ возможности перевода как вербального, так и иконического компонентов данных видео-вербальных текстов письменной коммуникации и дает классификацию креолизованных текстов по возможности их перевода с/на иностранный язык. Среди явлений, осложняющих перевод семиотически осложненных текстов, выделяется визуальная интертекстуальность, основанная на сходстве иконических компонентов креолизованных текстов.

Ключевые слова: лингвистика текста, креолизованные тексты, вербальный компонент, иконический компонент, интертекстуальность, визуальная интертекстуальность, социокультурная информация.

© L. Dubovitskaya, 2011

TOWARDS THE PROBLEM OF TRANSLATING POLITICAL POSTERS AS CULTURALLY MARKED CREOLIZED TEXTS

Abstract. The subject of the present article is the problem of translating political posters as culturally marked creolized texts. The author analyzes the possibility of translating both verbal and iconic components of these video-verbal texts of written communication and classifies creolized texts on the basis of their possible translation from/into a foreign language. Visual intertextuality based on the likeness of creolized text's visual components is one of the phenomena complicating the translation of semiotically challenged texts.

Key words: text linguistics, creolized texts, verbal component, iconic component, intertextuality, visual intertextuality, socio-cultural information.

Креолизованные или семиотически осложненные тексты стали неотъемлемой частью современной жизни. Они окружают нас повсюду – в общественных местах, дома, на работе, в транспорте – и их значение невозможно недооценивать. Под креолизованными или видеовербальными текстами понимаются тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей другой знаковой системе, нежели естественный язык) [4, 180]. Примерами подобного рода текстов в письменной коммуникации являются комиксы, рекламные и политические плакаты, газетные статьи, объявления... Список может быть продолжен. Именно здесь проблема адекватного перевода стоит особенно остро, прежде всего, по той причине, что значения вербального и иконического (изобразительного) компонентов не просто складываются, а тесно переплетаются между собой [1, 11]. Именно это и усложняет задачу переводчика, ведь перевод креолизованного текста не ограничивается переводом вербальной части, необходимо также принимать во внимание послание, заключенное в изображении.

Несмотря на факт, что креолизованные тексты не изучались в течение долгого времени, в настоящее время они все больше и больше привлекают внимание лингвистов и всех интересующихся языкознанием. Как следствие, проблема перевода таких текстов еще не поднималась, что, принимая во внимание их распространенность и роль в современном обществе, на наш взгляд, недопустимо.

Перевод как процесс декодирования смысла текста, изложенного на одном языке, посредством создания нового эквивалентного текста на другом языке, ставит своей задачей донести до адресата, принадлежащего одной языковой и культурной общности, сообщение автора текста, принадлежащего другой общности. Акцент делается на адекватную и полноценную передачу мысли автора [2, 138]. Применительно к креолизованным текстам перевод должен «адаптировать» визуально и вербально передаваемую мысль для восприятия иностранцем.

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

Одним из наиболее часто встречающихся языковых явлений в текстах вообще и в креолизованных текстах в частности считается **интертекстуальность**. Данный термин был введен в 1967 г. теоретиком постструктурализма Ю. Кристевой для обозначения общего свойства текстов, выражающегося в наличии между ними связей, благодаря которым тексты (или их части) могут многими разнообразными способами явно или неявно ссылаться друг на друга [3]. Интертекстуальность исследуется преимущественно в двух направлениях – литературоведческом и лингвистическом. Мы в своем исследовании подошли к данному явлению с лингвистической точки зрения.

Основное условие возможности перевода текста с интертекстуальностью – общеизвестность источника, его общекультурная и национально-культурная значимость. Только в этом случае интертекстуальные связи могут быть поняты представителем другой культуры и могут вызвать в его сознании необходимую систему ассоциаций.

Приведем примеры, в которых интертекстуальность можно с трудом проследить и перевести.

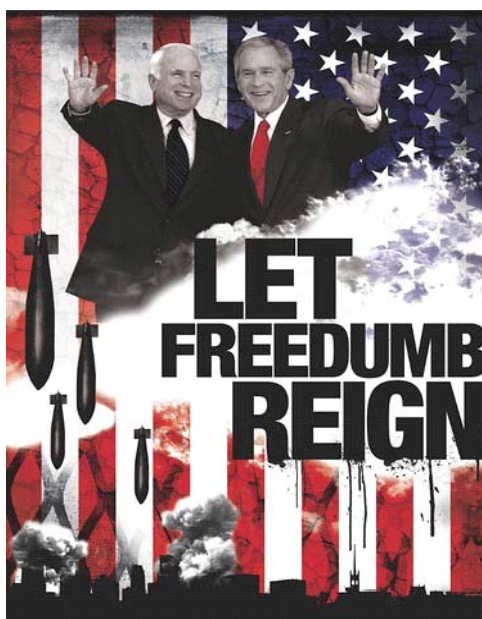


Рис. 1

На рис. 1 мы видим предвыборный плакат, явно высмеивающий политику Джона МакКейна и его предшественника Джорджа Буша. Язвительная вербальная часть, понятная каждому американцу, является ярчайшим примером интертекстуальности, основанной на сходном звучании слов “freedom” и “freedumb”. Текст-оригиналом здесь является одна из речей Джорджа Буша, произнесенная после вторжения американских солдат в Ирак, в которой он и употребил вызвавшую широкий общественный резонанс фразу “let freedom reign”. Именно эта речь дала его политическим оппонентам повод создать данный плакат. Если попытаться перевести вербальный компонент данного креолизованного текста, то слова «Да правят глупцы» в сознании русскоговорящего человека никак не будут отсылать его к «Да воцарится свобода» из речи американского президента, даже при условии, что он ее слышал. Таким образом, читатель перевода будет рассматривать данную языковую формулу всего лишь как фрагмент данного текста и не будет догадываться о существовании текста-источника.

В других случаях интертекстуальность легко прослеживается и переводится, что, однако, случается довольно редко. Приведем пример: плакат с надписью «In the beginning there was money». Очень яркий пример вторичного текста, обусловленного первичным библейским «In the beginning there was word». Так как первичный текст взят из Библии, то можно предположить его известность в любой христианской культуре. Однако при переводе следует не забывать придерживаться стиля оригинала. Адекватным переводом, на наш взгляд, будет «В начале были деньги», а не «Сначала» что было бы логично с точки зрения современного состояния языка.

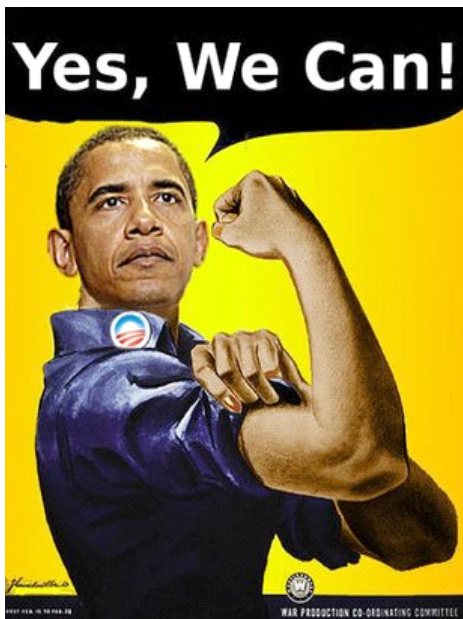


Рис. 2



Рис. 3

Яркой особенностью креолизованных текстов является **визуальная интертекстуальность**. Данное явление состоит в наличии связей между иконическими компонентами данных видеовербальных текстов, благодаря которым креолизованные тексты могут ссылаться друг на друга.

Приведем пример. На рис. 2 мы видим плакат с изображением президента Соединенных Штатов Америки в образе Rosie the Riveter (рис. 3). Поза, жесты и даже цветовая гамма плакатов полностью идентичны. У носителя американской культуры не возникнет и тени сомнения относительно того, что данный политический плакат является вторич-

ным по отношению к военному плакату Розы Риветер, призывавшему женщин к трудовым подвигам на фабриках во времена Второй мировой войны. Образ Розы стал символом целой эпохи, символом рабочих женщин-патриоток. В данном конкретном случае даже вербальные компоненты креолизованных текстов перекликаются и являют интертекстуальность. Во-первых, “Yes, We Can” является знаменитым лозунгом Барака Обамы, приведшим его к победе на выборах президента США. Во-вторых, он отсылает реципиента к легендарному “We Can Do It!” Розы Риветер. Таким образом, интертекстуальность в креолизованных текстах может проявляться в обоих компонентах сразу, что делает их более яркими и одновременно трудными для перевода. Лозунг «Да, мы можем!» для носителя русской культуры не будет своего рода «красным флажком», напоминающем о военном плакате XX в. Без наличия определенных социокультурных знаний понимание плаката не может быть обеспечено при помощи перевода.

Таким образом, мы видим, что креолизованные тексты письменной коммуникации далеко не всегда могут быть переведены с/на иностранный язык. Мы считаем, что все креолизованные тексты можно разделить на:

- полностью переводимые (иконический и вербальный компоненты текста-оригинала полностью соответствуют иконическому и вербальному компонентам текста перевода);
- частично переводимые (интерпретации поддается только вербальный компонент, иконический компонент адресатом не понимается; возможна обратная ситуация, что случается реже);
- непереводимые (переводимые со значительными трудностями и необходимостью использования значительных пояснений).

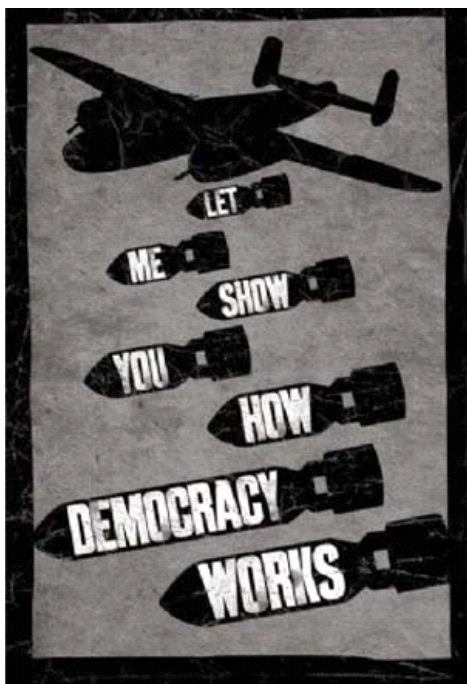


Рис. 4

Приведем примеры. Говоря о полностью переводимых плакатах, следует отметить, что в них чаще всего используются однозначно воспринимаемые визуальные образы и символы, имеющие одинаковое значение в большинстве культур. Так, на рис. 4 мы видим плакат, явно осуждающий политику США по насильственному насаждению демократии в странах Ближнего Востока. Не только вербальный компонент “Let me show you how democracy works” легко переводится на русский язык – «Дайте покажу вам, как работает демократия», но и иконический компонент доносит мысль автора. Черный цвет обозначает траур как в англоязычном мире, так и в России; а образ самолета, сбрасывающего бомбы, и вовсе не нуждается в комментариях. Как мы имели возможность убедиться, данный текст полностью переводим.

Примером частично переводимого креолизованного текста может являться политический плакат оппонентов президента США Барака Обамы, приведенный на рис. 5. Хотя вербальный компонент «Ripped to shreds – undoing what a great group of patriots assembled in the 1770’s... one bill, one day, one justice, one czar at a time» легко поддается переводу: «Порвал на кусочки то, что великая группа патриотов составила в 1770-х годах... один закон, один день, одна справедливость, один царь за раз», иконический компонент готовит читателю значительные трудности. Образ Барака Обамы с «обрывком» конституции легко узнаваем и понимаем, в то время как деко-



Рис. 5

не имея определенных фоновых знаний (плакаты HOPE предвыборной кампании Барака Обамы, см. рис. 7), полного понимания вложенного в текст смысла достигнуто не будет. Что же касается цветового оформления иконического компонента, то, ни разу не видев серию предвыборных плакатов г-на Обамы, патриотично выдержанных в стиле американского флага, трудно понять, почему автор делает такой упор не на портрет кандидата, а на игру разных оттенков коричневого и необычную букву «O», перекликающуюся со значком кандидата в президенты.

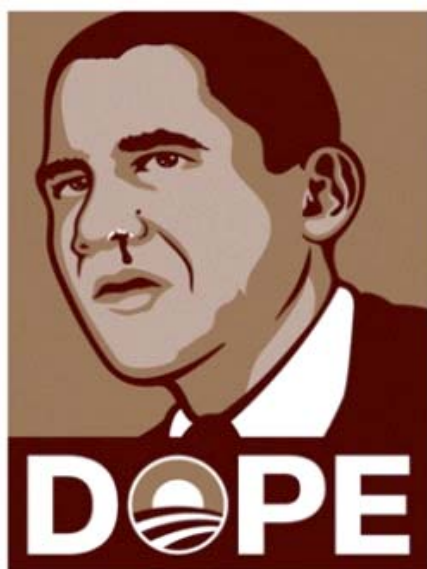


Рис. 6



Рис. 7

Еще одной вариацией предвыборного плаката «Норе», можно считать сатирический плакат «Норе», приведенный на рис. 8. В нем также прослеживается визуальная интертекстуальность и игра слов, говорящая читателю о безнадежности предвыборной програм-

мы кандидата. Перевод вербального компонента «Нет» для носителя другой культуры не станет адекватной передачей мысли автора.

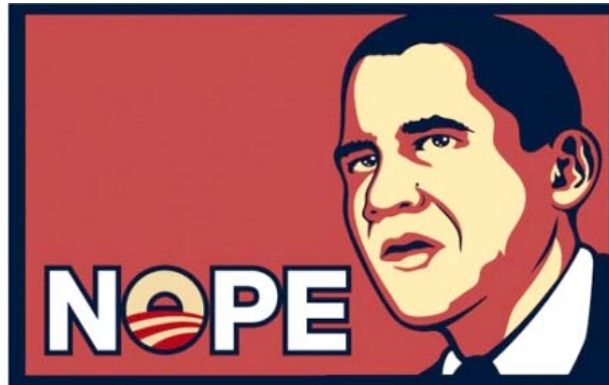


Рис. 8

Таким образом, мы пришли к выводу, что креолизованные тексты по возможности адекватного перевода можно разделить на три большие подгруппы: полностью переводимые, частично переводимые, непереводаемые (переводимые со значительными трудностями). На возможность перевода семиотически осложненного текста влияет не только содержание вербального компонента, но и наполнение иконического. Присутствие интертекстуальности как в вербальной ее форме, так и в визуальной значительно осложняет задачу переводчика и зачастую делает передачу заложенного автором смысла невозможной. Помимо интертекстуальности, на переводимость текстов может оказывать влияние социокультурная информация, заключенная как в вербальном, так и в изобразительном компонентах. Вопрос перевода креолизованных текстов и адекватного их восприятия носителями другой культуры требует дальнейшей разработки и должного внимания со стороны ученых-лингвистов.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. М.: Academia, 2003. 128 с.
2. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. М., 2003. 318 с.
3. Онлайн Энциклопедия Кругосвет. http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/INTERTEKSTUALNOST.html (дата обращения: 10.02.2011).
4. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990. 239 с.