

**Методика перевода средств речевого воздействия в современном  
медиаполитическом дискурсе**

**Гурвич Евгений Максимович**

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет  
иностраных языков и регионоведения, Кафедра лингвистики и межкультурной  
коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: 89104312160@mail.ru*

В последнее время политический медиадискурс стал объектом всестороннего изучения лингвистов, филологов, психологов и еще ряда ученых-представителей смежных дисциплин. Однако это не умаляет актуальности работ по данной теме: как и все языковые явления, политический медиадискурс динамичен, причем, в наши дни динамика развития, пожалуй, достигла исторического максимума. Интересно, что в данном случае меняются не только количественные характеристики данного языкового явления (к примеру, увеличивается количество лексических единиц в политических медиатекстах), но и его качественный аспект (появляются новые жанры, изменяется сфера применения политического медиадискурса). Это открывает практически безграничный простор перед исследователями.

В ходе данного исследования перед нами стоял ряд задач, однако, в контексте данного исследования, наибольший интерес представляет постановка и решение задач прикладного характера.

Таковыми являются:

- 1) Выявление наиболее частотных переводческих трансформаций и средств речевого воздействия (речевых стратегий и тактик) на реципиента;
- 2) Исследование степени влияния средств речевого воздействия, заложенных в тексте, на процесс перевода;
- 3) Составление списка рекомендаций для переводчиков, сталкивающихся со средствами речевого воздействия, для обеспечения большей эквивалентности и адекватности перевода.

В качестве материала для исследования были выбраны речи Барака Обамы (Ежегодный доклад перед конгрессом «О положении в стране») и отрывки из предвыборных дебатов между Барак Обамой и Миттом Ромни от 22 октября 2012 года. Для анализа перевода, в частности, использованных переводческих трансформаций и выбора того или иного варианта перевода фрагментов, содержащих речевые стратегии и тактики, был использован перевод автора работы. Выбор того или иного варианта перевода осуществлялся методом исключения, исходя из стремления к установлению максимальной эквивалентности и адекватности перевода.

Кроме того в ходе работы был проведен сопоставительный анализ газетных заголовков российских и западных изданий, а также сравнение отдельных лексических единиц, в основном, с точки зрения их коннотативного значения.

Ключевые выводы, сделанные в ходе исследования, можно представить в следующем виде:

- 1) Применяемые политиками речевые средства воздействия в действительности влияют на процесс перевода. Уделив этим элементам должное внимание, переводчик может значительно повысить эквивалентность и адекватность текста перевода. В двух словах

это можно назвать «соблюдением установки на получателя».

2) Одним из ключевых трендов современного политического медиадискурса является «демонизация врага». Причем, если врага нет, его необходимо создать. Коротко говоря, демонизация врага представляет собой риторический прием, при помощи которого можно, к примеру, приписать качества целой группы людей одному человеку или наоборот. При этом человек или группа, против которых направлен данный прием, могут быть даже не связаны между собой. Для создания связи применяются различные уловки: лакуны, ложные силлогизмы и т.д.

Более того, враг не всегда персонифицирован, - бороться можно с произволом властей (в т.ч. в других странах), мировым голодом и пр.

Пример: Now, keep in mind that I and Americans took leadership in organizing an international coalition that made sure that we were able to — without putting troops on the ground, at the cost of less than what we spent in two weeks in Iraq — liberate a country that had been under the yoke of dictatorship for 40 years, got rid of a despot who had killed Americans.

В данном примере видно, как один конкретный правитель обвиняется в смерти американских дипломатов, которые были убиты в результате террористической атаки на американское посольство в Ливии.

3) При переводе семантических единиц, содержащих стратегию самопрезентации, тактику единения, переход от личного предложения к безличному нежелателен.

При переводе единиц, содержащих стратегию самопрезентации, тактику отождествления, рекомендуется сохранять регистр лексики, используемой оратором, даже если она выходит за рамки норм функционального стиля СМИ или литературной нормы языка перевода. Ее использование свидетельствует о желании оратора сблизиться с определенной социальной группой или категорией избирателей. Отечественные СМИ склонны к нейтрализации речевого регистра, что приводит к частичной потере адекватности перевода.

Как правило, данные речевые стратегии и тактики реализуются при помощи личных местоимений и фраз типа «мы», «я и народ Америки», а также через маркированные лексические единицы (к примеру, диалектизмы, жаргонизмы, слова сниженного регистра).

4) Некоторым речевым стратегиям и тактикам в английском языке характерны слова-маркеры, которые уже приобрели устойчивые контекстуальные эквиваленты в русском языке. К примеру, стратегии формирования эмоционального настроения адресата, тактике учета ценностных ориентиров характерно слово «values», основным эквивалентом которого является слово «ценности». То же можно сказать о стратегии самозащиты, тактике оправдания, которая не была выявлена в исследуемых текстах. Для нее характерны следующие маркеры: слова «правда», «правильно», «прав», а также прочие с корнем -прав-.

Выявление слов-маркеров важно, потому что они являются психологическими триггерами для аудитории: все мы имеем четкое представление об «американских ценностях» и именно использование слова «ценности» включает в сознании адресата цепочку ассоциаций. Некоторые маркеры также показывают позицию говорящего, а выбор той или иной лексической единицы может напрямую зависеть от доминирующего регионального медиаполитического дискурса.

Пример: В России отмечают первую годовщину воссоединения с Крымом (ТАСС).

Crimea annexation by Russia one year on (Би-Би-Си).

Перспективой данного исследования нам видится изучение более широкой жанровой

подборки текстов медиаполитического дискурса. Результатом расширенного исследования может стать небольшое пособие, которое бы представило основные способы обнаружения средств речевого воздействия в тексте и их адекватного перевода на русский язык.

### Источники и литература

- 1) Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – Омск.: Изд-во Омск. гос. ун-та, 1999. – 284 с.
- 2) Паршина О.Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России. [Текст]: автореф. . . . канд. филол. наук / Паршина Ольга Николаевна. - Саратов, 2005а. - 48 с.
- 3) Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. . . . д-ра филол. наук. Волгоград, 2000. - 433 с.