

УДК 81'255

СОХРАНЕНИЕ ПЕРЛОКУТИВНОГО ЭФФЕКТА В ПЕРЕВОДЕ МЕДИАДИСКУРСА

Даулетбаева Алтынзер Дуйсеновна

altynzer.d8@gmail.com

магистрант 1-го курса ЕНУ им. Л.Н. Гумилева,
специальность «7М02307 – Переводческое дело: устный перевод»

Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – Ж.А. Бейсембаева

В 50-е годы XX века английский философ Джон Остин разработал теорию речевых актов, которая является одной из важнеших работ в ряду исследований, посвященных разным этапам коммуникации.

Теория речевых актов опирается на 3 основных процесса, происходящих при речепорождении:

– Локуция – произнесение самого высказывания. Можно провести аналогию с планом выражения или означающим – то есть связный и последовательный набор символов, который вербализуется в речи.

– Иллокуция – то, что имел в виду говорящий. Данный уровень опровергает тезис о том, что все фразы могут быть верифицированы. Наглядным примером этому является существование перформативов – они не являются истинными или ложными высказываниями, так как при их использовании они сами становятся частью реальной жизни.

Например: «обещаю», «прошу прощения». Когда говорящий произносит эти слова, то уже производит озвученные действия.

– Перлокуция – ожидаемый эффект от высказывания, соответственно перлокутивный эффект или коммуникативный успех – достижение говорящим поставленной цели и осуществление коммуникативных задач. Но на достижение перлокутивного эффекта влияют ряд факторов – выбор языковых средств и различные экстралингвистические факторы, а также личности самих участников коммуникации. По этой причине иллокутивный и перлокутивный акт не всегда совпадают [1]. Такое несоответствие порождает интересные явления как в языковой, так и во внеязыковой сфере. Это будет продемонстрировано на примере медиадискурса и его переводе.

СМИ занимают важную часть современного мира. Они ежедневно фиксируют различные явления жизни, по ним можно проследить изменения в общественно-политической сфере той или иной страны. Кроме того, они имеют огромное воздействие на настроение масс. Если в оригинальных статьях, интервью ответственность за материал возлагается на журналиста, то в его переводе часть ответственности переносится на переводчика, который должен передать полноту содержания стилистически оправданными средствами.

Особенность исследования медиадискурса состоит в том, что он охватывает разнообразные объекты внимания в зависимости от направленности прессы. То есть при исследовании, например, политически ориентированного журнала нужно учитывать наличие в нем не только медиадискурса, но и политического дискурса. Существенную роль в политическом дискурсе занимает культурная специфика. Это означает, что перевод политических текстов СМИ должен учитывать фоновые знания и культурные особенности реципиентов вторичного (переведенного) текста. Например, переводчик может незначительно поменять содержание предложения, опустить какие-то слова или вставить новые для того, чтобы выдержать основной тон текста и выполнить поставленную цель. Так, Аносова Н.Э. считает русский политический язык менее экспрессивным, чем английский политический язык, отраженный в материалах СМИ [2]. Переводчики должны снижать эту экспрессивность и эмоциональность, чтобы текст не воспринимался как слишком вычурный, пафосный и неестественный. Снятие экспрессивности может происходить за счет исключения эмоционально окрашенной лексики и оценочных слов или замены их более мягкими вариантами.

Достигнутый перлокутивный эффект является показателем того, что функция воздействия, как важная часть политического дискурса и медиадискурса, была выполнена. Проблематичность исследования перлокутивного эффекта состоит в том, что реакцию на иллокуцию сложно проследить через тексты СМИ и не всегда удается правильно интерпретировать ее. Это связано с тем, что реципиентами данного текста являются читатели или зрители по ту сторону экрана – если, конечно, речь не идет об интервью, где двухсторонний формат позволяет услышать мнение всех участников коммуникации. Так, Мартыненко М.Г. точно называет перлокуцию «внеречевым последствием речевого акта» СМИ [3]. Это определение позволяет нам отнести перлокуцию не только к объекту изучения лингвистики, но и психологии, а точнее психолингвистики. Тем не менее можно опираться на имплицитную в локуции составляющую и теоретически воссоздать перлокутивный эффект, если сопоставить себя с адресатом определенного высказывания.

Переводчик стремится выполнить две основные задачи – на стадии первичного акта (когда переводчик воспринимает исходный текст) определить иллокуцию, то есть коммуникативное намерение говорящего; на стадии вторичного акта (непосредственно перевода) передать коммуникативный эффект с учетом прагматики адресата [4].

Американский филолог Найда Ю. в свою переводоведческую концепцию ввел термин «реакция рецептора», который по определению схож с перлокутивным эффектом. Он говорил о том, что переводчик должен ориентироваться на культурные особенности получателей переведенного текста, придерживаясь «динамической эквивалентности», при

которой реакция адресатов оригинального текста будет схожей с реакцией адресатов переведенного текста [5].

Существует несколько способов сохранения перлокутивного эффекта, которые характеризуются симметрией и асимметрией речевых актов в переводе. Ермакова Е.В. называет симметрией речевых знаков передачу речеактного содержания с сохранением отношения между иллокутивной силой и пропозициональными условиями ее передачи [6]. Асимметрия речевых актов при переводе часто является следствием того, что модели построения речевых актов в русском и английском языке отличаются друг от друга. Переводчик в зависимости от контекста может сделать выбор в пользу асимметрии, когда симметрия речевых актов ведет к изменению иллокутивной цели и соответственно ожидаемый перлокутивный эффект не будет достигнут.

Когда перлокуция реализуется в том виде, в котором она планировалась, то речевой акт имеет положительный прагматический эффект и свидетельствует о коммуникативном успехе. Если же перлокуция не соответствует планам говорящего, то возникает прагматический эффект, противоположный планируемому [3].

Рассмотрим проявление перлокутивного эффекта на примере материалов сайта eurasianet.org. Данный сайт освещает общественно-политические события, происходящие в Средней Азии, и характеризуется аргументирующим и оппозиционным по отношению к официальной власти тоном. При переводе статей на русский язык часть экспрессивной лексики и фразеологизированных оборотов убирается. При этом достижение запланированного коммуникативного эффекта противоречит тезису о том, что реакция получателей первичного текста должна быть равна реакции получателей вторичного текста. Это связано с особенностями мышления отдельных народов. Восприятие и реакция адресатов не может быть полностью идентичной у жителей разных стран, так как на это влияют множество географических, исторических, социальных, культурных, а также субъективных факторов. То есть, переводчик должен сохранять баланс между передачей содержания оригинала и реализацией иллокутивной цели таким образом, чтобы приблизиться к предполагаемому автором оригинала перлокутивному эффекту и сохранить адекватность перевода.

Например, в оригинальной статье говорится об антикризисных мерах, которые были предприняты странами Центральной Азии после распространения коронавируса и падения цен на нефть. Автор использует фразеологизированные обороты, обладающие яркой образностью: «*Efforts to weather the storm have focused on easing the pain for the private sector by providing cheaper credit, tax incentives, cutting back on audits and promoting employment*» [7]. Перевод выглядит следующим образом: «Меры концентрируются на поддержке частного сектора путем предоставления более дешевых кредитов, налоговых льгот, сокращения числа проверок и содействия занятости» [8]. Нужно сказать, что «*storm*» уже упоминался в начале статьи, подразумевая «идеальный шторм», когда комплекс проблем или неблагоприятных событий осложняют ситуацию. Переводчик упомянул этот оборот в начале статьи, но впоследствии отказался от него. Если бы переводчик стал дословно переводить предложение с «идеальным штормом» и «смягчением боли», то оно оказалось бы перегруженным, и основные пропозиции о кредитах, льготах, проверках и содействии занятости оказались бы не на первом плане из-за сложной конструкции предложения. Придерживаясь асимметрии речевого акта, переводчик смог сохранить планируемый перлокутивный эффект, то есть достичь коммуникативного успеха – усвоения адресатами основной информации о предпринятых правительством мерах.

Яу Тез Ян в своей статье, посвященной деловой активности Китая в Средней Азии, тоже использует фразеологизированный оборот, но переводчик использовал другой прием для сохранения перлокутивного эффекта. Автор пишет: «*One hundred million Chinese tourists now travel abroad annually; Kazakhstan and Uzbekistan want a piece of that action*». В статье говорится о туристической привлекательности Казахстана и Узбекистана для граждан КНР, что должно было принести прибыль в экономику этих стран [9]. В Кембриджском словаре

дается следующее определение данного выражения: «a part of the profits or advantages that come from an activity» [10]. В переводе статьи говорится о том, что данные страны тоже хотят «получить кусок этого пирога», то есть обрести нечто существенное и ценное. Интересно, что в английском языке это выражение «a piece of cake» имеет значение не выгоды или преимущества, а какое-то очень легкое дело. Таким образом переводчик тоже использовал фразеологизированный оборот, подыскав подходящую аналогию в русском языке, и сохранил перлокутивный эффект во вторичном тексте. Дополнительным эффективным средством для достижения перлокутивного эффекта в СМИ являются мультимедийные материалы – фото, видео, аудио. В статье Дэвида Триллинга «Советская пропаганда, обузданная временем» содержатся фотографии, иллюстрирующие моменты из жизни населения Средней Азии, сопровождающиеся краткими комментариями с описанием запечатленного на фотографиях. Автор статьи говорит о том, то фотографии имеют постановочный характер – с другой стороны, в некоторых кадрах можно почувствовать теплоту и искренность [11].

Дополнительные комментарии под фотографиями демонстрируют тот факт, что даже при наличии мультимедийных материалов их интерпретация в текстовой форме может поменять отношение реципиентов к изображению, так как была поставлена иная иллюкутивная цель и ожидался другой перлокутивный эффект. Иными словами, если показать фотографию одного и того же человека двум группам людей, при этом сказав одной группе, что этот человек является злостным преступником, а второй группе, что он отличается высокими нравственными качествами, то первая группа будет видеть в нем отталкивающие черты, а вторая группа наоборот заметит благородный облик. То есть текстовое сопровождение играет значительную роль, не только если коммуникация представлена посредством вербальных средств, но также если присутствуют неязыковые компоненты. Например, фото, где изображены узбекские мужчины за чаепитием, сопровождается таким комментарием: «The food is still of the past; the clothing of the bearded farmers is the traditional costumes of the country; and the agricultural leader still retains his headgear, the tibiteika, as a compromise with the past. But he has shaved his beard, thus breaking the traditions of Islam» [11]. Перевод практически точно повторяет содержание оригинала: «Еда из прошлого, бородатые фермеры одеты в традиционную национальную одежду, а сельскохозяйственный лидер все еще носит головной убор – тибетейку, как компромисс с прошлым. Но он сбрил бороду, нарушив тем самым традиции ислама» [12]. С помощью данного текстового сопровождения картина мирно попивающих чай людей превращается в иллюстрацию того, как происходит разрыв между населением, придерживающимся старых национальных традиций и выходцев из тех же мест, но являющихся представителями советской власти. Переводчик почти в точности передал содержание, сохраняя симметрию речевых актов. Это происходит довольно часто в текстах, которые содержат конкретную и эмоционально нейтральную информацию.

Сохранение перлокутивного эффекта является важным аспектом перевода. Его не всегда можно выдержать из-за различий в культурных особенностях народов, говорящих на разных языках, их аксиологических систем. Приведенные выше примеры показали, что переводчики использовали разные приемы для достижения коммуникативного успеха в зависимости от контекста. Частотные явления при стремлении сохранить перлокутивный эффект в переводе – это симметрия и асимметрия речевого акта, снижение экспрессивности, использование фразеологизированных оборотов, знакомых носителям языка.

Список использованных источников

1. Глазунова О.И. Логика метафорических преобразований [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Glaz/08.php (Дата обращения: 28.03.2020)

2. Аносова Н.Э. Проблемы перевода англоязычного политического дискурса СМИ // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки, № 2, 2013. – С. 221.
3. Мартыненко М.Г. Перлокутивный эффект текстообразующих средств (на примере анализа телевизионных новостных выпусков) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/perlokutivnyy-effekt-tekstoobrazuyuschih-sredstv-na-primere-analiza-televizionnyh-novostnyh-vypuskov> (Дата обращения: 28.03.2020)
4. Еськова Ю.С., Зуева Е.В. Перлокутивный эффект эмоционально окрашенного текста [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.rusnauka.com/11_NPRT_2007/Philologia/22165.doc.htm (Дата обращения: 28.03.2020)
5. Теория формальной и динамической эквивалентности Ю. Найды [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studfile.net/preview/2227039/> (Дата обращения: 28.03.2020)
6. Ермакова Е.В. Симметрия и асимметрия речевых актов в переводе юридических текстов // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin), 4 (145), 2014. С. 102.
7. A brief guide to economic stimuli in Eurasia [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://eurasianet.org/a-brief-guide-to-economic-stimuli-in-eurasia> (Дата обращения: 29.03.2020)
8. Обзор антикризисных мер в Центральной Азии и на Кавказе [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cutt.ly/qtEL4lo> (Дата обращения: 29.03.2020)
9. Chinese business briefing: Yuan welcome, but flights cancelled [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://eurasianet.org/chinese-business-briefing-yuan-welcome-but-flights-cancelled> (Дата обращения: 29.03.2020)
10. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cutt.ly/qtE4crI> (Дата обращения: 29.03.2020)
11. Photo review: Soviet propaganda, tamed with time [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://eurasianet.org/photo-review-soviet-propaganda-tamed-with-time> (Дата обращения: 29.03.2020)
12. Советская пропаганда, обузданная временем [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cutt.ly/btE8uie> (Дата обращения: 29.03.2020)