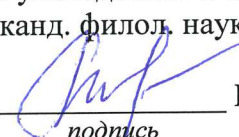


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)
Факультет иностранных языков

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК
Руководитель ООП
канд. филол. наук

_____ Н.И. Маругина
подпись
«08» июня 2021 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРА
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДВЫБОРНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ
РОССИЙСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ ПРЕЗИДЕНТОВ В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

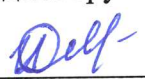
по направлению подготовки 45.04.02 Лингвистика
направленность (профиль) «Профессионально-ориентированный перевод»

Ивойлова Дарья Игоревна

Руководитель ВКР
Д-р филол. наук, профессор каф. англ
филологии


_____ И.В. Новицкая
подпись
« 8 » _____ 20 21 г.

Автор работы
студент группы № 191911а


_____ Д.И. Ивойлова
подпись
« 8 » _____ 20 21 г.

Аннотация

Данная работа посвящена исследованию употребления коммуникативных стратегий в предвыборном дискурсе на основе предвыборных выступлений российских и американских президентов. Рассмотрено понятие коммуникативной стратегии, ее основные составляющие, классификации и национальные особенности употребления в российской и американской культурах. Авторы также рассматривают понятие политического дискурса. Его частью является предвыборный дискурс, который характеризуется рядом лингвистических особенностей. Отдельное место в работе отведено определению круга проблем, связанных с переводом текстов предвыборного дискурса, представленных предвыборными выступлениями. Последняя часть работы посвящена способам перевода языковых выражений, реализующих коммуникативные стратегии в предвыборном дискурсе.

ОГЛАВЛЕНИЕ

	Стр.
Введение	4
Глава 1. Коммуникативные стратегии предвыборных выступлений: теоретико-методологические основы исследования	7
1.1 Проблема определения коммуникативных стратегий и их характеристики	7
1.2 Коммуникативные стратегии в предвыборных выступлениях	11
1.3 Национальные особенности использования коммуникативных стратегий	19
Выводы по главе 1	25
Глава 2. Проблема перевода текстов политического дискурса	27
2.1 Определение и характеристика политического дискурса	27
2.2 Лингвистические особенности предвыборных выступлений	33
2.3 Проблема перевода текстов предвыборных выступлений	37
Выводы по главе 2	50
Глава 3. Анализ перевода коммуникативных стратегий в предвыборных выступлениях	52
3.1 Анализ перевода коммуникативных стратегий в выступлениях российских политиков	52
3.2 Анализ перевода коммуникативных стратегий в выступлениях американских политиков	72
Выводы по главе 3	78
Заключение	81
Список использованных источников и литературы	84

Введение

Данная работа посвящена переводческому аспекту коммуникативных стратегий в предвыборном дискурсе.

Актуальность обращения к данной теме обусловлена увеличением количества происходящих политических процессов как во внутренней политике каждой страны в отдельности, так и на международной арене. В связи с этим возрастает потребность в качественном переводе, который будет отличаться своей содержательностью, адекватностью и сохранением коммуникативного влияния, которое политик желает оказать на свой электорат. От качества перевода зависит и образ политика, который будет представлен как внутри страны, так и за рубежом. Помимо этого, выбранная тема является одной из нынешних проблем современной политической коммуникации как сложной структуры.

Научная новизна состоит в обращении к предвыборному дискурсу и попытке выявить закономерности в переводе коммуникативных стратегий в предвыборных выступлениях политиков.

Объектом выступают коммуникативные стратегии и их вербализация в политическом дискурсе.

В качестве предмета исследования авторы выделяют способы перевода языковых выражений, реализующих коммуникативных стратегии в предвыборном дискурсе.

Целью данного исследования является выявление закономерностей в переводе языковых реализаций коммуникативных стратегий в предвыборных выступлениях российских и американских президентов на русский и английский языки.

Задачи, необходимые для достижения заявленной цели:

- 1) Уточнить понятие «коммуникативная стратегии» и описать ее основные характеристики.
- 2) Проанализировать различные классификации «коммуникативных стратегий».
- 3) Выявить национальную специфику использования коммуникативных стратегий.
- 4) Охарактеризовать лингвистические особенности текстов предвыборных выступлений.
- 5) Выявить круг проблем, связанных с переводом текстов предвыборных выступлений.
- 6) Выявить примеры вербализаций коммуникативных стратегий в предвыборных выступлениях российских и американских президентов и проанализировать приемы их перевода на русский язык.

Материалом для исследования выступили «Послания Президента Федеральному Собранию» российских президентов, Д.А. Медведева и В.В. Путина 2008 г. и 2021 г. соответственно, и предвыборные выступления Д.Д. Трампа 2016 г. Общий объем проанализированного материала составил 90 страниц.

Теоретическая база исследования представлена работами таких авторов, как О.С. Иссерс, О.А. Агаркова, Ю. К. Пирогова, Е.В. Ключев, С.А. Терихов и Теун ван Дейк, которые заложили основы исследования понятия КС, разработали определение данного явления, его основные составляющие и характеристики.

О.В. Гайкова, О.П. Шевченко, В.Ф. Берков, Х. Емерен, Е.В. Даньшина, И.В. Самарина, О.Н. Паршина и Э.К. Шарндам представили многочисленные классификации КС, каждая из которых была поделена на ряд соответствующих тактик.

Исследованием национальных особенностей использования КС занимались Ю.Е. Прохоров, А. Корнеева, С.А. Дубинко.

Работы В.З. Демьянковой, Е.И. Шейгала, М.Р. Желтухиной, Д. Миссюрова, В. Бергердорфа, А.Н. Баранова, Ю.С. Паули, Е.Ю. Алешиной, В.Е. Чернявской и А.П. Чудинова посвящены определению политического дискурса, его характеристикам и функциям.

Понятие «предвыборного дискурса» и его особенностей исследовалось в работах Д.В. Гафаровой и Э.Е. Мухаметшиной.

Понятие «предвыборных выступлений» рассматривается в работах авторов Г.Н. Манаенко и М.Р. Желтухина. Указанные авторы разработали классификации основных составляющих данного явления. Характерные признаки, которые свойственны предвыборным выступлениям, исследуются в работах В.Л. Бенуа, О.В. Гайковой, А.А. Филинского, Р. Водака, Е.И. Шейгала и О.Н. Паршиной.

Проблемой перевода текстов политического дискурса, в том числе и предвыборного, занимались Н.Э. Аносова, М.Ю. Бродский, А.Н. Мамедов, П. Дворак, А.С. Идиатулина, О.Д. Кузьмина и Л.С. Бархударов.

Методы исследования, использованные в работе:

- 1) Прагмалингвистический анализ для описания коммуникативного поведения участников;
- 2) Метод лингвокультурного анализа для описания национально – культурной специфики изучаемого явления, а именно использования коммуникативных стратегий различными нациями;
- 3) Дефиниционный анализ для определения содержания таких понятий, как речевое общение, коммуникация, коммуникативное поведение, коммуникативная стратегия и др.;

4) Метод контекстуального анализа для выявления особенностей использования коммуникативных стратегий и тактик в предвыборном дискурсе;

5) Метод сопоставления при анализе перевода языковых единиц коммуникативных стратегий;

6) Метод сплошной выборки для отбора материала для анализа.

Структура данной работы определяется целью и задачами, указанными выше. Работа состоит из следующих разделов: аннотация, введение, 2 теоретических главы, выводы к теоретическим главам, 1 практическая глава, выводы к практической главе, заключение, список использованных источников и литературы.

Глава 1. Коммуникативные стратегии предвыборных выступлений: теоретико-методологические основы исследования

Исследования коммуникативных стратегий являются новым феноменом в лингвистике. Использование термина «коммуникативная стратегия» началось лишь в конце 80-ых – начале 90-ых гг. прошлого века¹. В настоящее время данный термин широко распространен в лингвистических исследованиях, изучающих способы воздействия собеседников друг на друга при общении. Большое количество работ в современной лингвистике посвящено особенностям коммуникативных стратегий и тактик в исследованиях политического дискурса. Так, согласно данным электронной научной библиотеки «eLibrary» запрос «стратегия, политика» выдает более 207 000 статей. Однако до сих пор исследователи не пришли к единому пониманию того, что является коммуникативной стратегией, из каких компонентов она состоит, и что рассматривать в качестве единицы коммуникативной стратегии.

1.1 Проблема определения коммуникативных стратегий и их характеристики

Один из наиболее известных исследователей коммуникативных стратегий, О.С. Иссерс, дает следующее определение: «Коммуникативная стратегия – комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели»². В данном определении автор отмечает, что важное место в коммуникативной стратегии (далее – КС) отводится именно цели адресанта, для достижения которой он выполняет определенные действия. Единицей анализа КС автор рассматривала диалог коммуникантов. Схема коммуникативного акта в ее представлении включает в себя следующее: информация о ситуации, позиции сторон в диалоге, установки сторон на тип общения, условия успешности коммуникативной стратегии, коммуникативные ходы в диалоге и их языковые маркеры³.

О.А. Агаркова, обращаясь к определению КС О.С. Иссерс, выделяет иную единицу стратегии. По ее мнению, единицей КС является предложение или высказывание, а сама стратегия строится на следующем: выбор намерения, отбор компонентов семантики

¹ Калугина Н. Р. и др. Исследование коммуникативных стратегий персонала в ситуации ролевой игры // Педагогическое образование в России, 2018. 2018. № 12. С. 149.

² Березин Ф. М. 2000. 03. 008. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи/ Ом. Гос. Ун-т.-Омск, 1999.-284 с. Библиогр.: С. 264-280 // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6, Языкознание: Реферативный журнал. 2000. №. 3. С. 43.

³ Калугина Н. Р. и др. Исследование коммуникативных стратегий персонала в ситуации ролевой игры // Педагогическое образование в России, 2018. 2018. № 12. С. 149.

предложения, определения объема информации на одну тему, соотнесение объема информации и реакции собеседника, стиль и жанр, выбор предложений в соответствии с определенным коммуникативным режимом (диалог, озвучивание письменного текста, и т.д.)⁴.

Следующее определение КС было предложено Ю. К. Пироговой в статье «Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации» (2001). Под КС в рекламном дискурсе автор понимает «приемы выбора, структурирования и подачи в сообщении (как в его вербальной, так и в невербальной части) информации, которая подчинена целям коммуникативного воздействия»⁵. В данном определении автор отмечает важность способов передачи информации и то воздействие, которое полученная информация должна оказать на собеседника. Однако в подходе данного автора не упоминается, что выступает в качестве единицы коммуникативного акта и как реализуется его коммуникативное воздействие.

Несколько иное определение было дано Е.В. Ключевым в его учебном пособии по речевой коммуникации. Автор считает, что КС – это «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в процессе общения теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативных целей»⁶. В этом определении Е.В. Ключев рассматривает запланированность как важнейшую характеристику ходов и информации, с помощью которых говорящий желает достичь своих целей в ходе коммуникативного акта. Автор не упоминает, что он считает единицей КС, однако определяет ее составляющие: коммуникативная интенция (объединение теоретических ходов в единое целое), коммуникативная цель (стратегический результат, на который направлен коммуникативный акт) и коммуникативная перспектива (возможность вызвать желаемые последствия в реальности)⁷.

С.А. Терихов трактует КС как «организацию последовательности речевых действий, которая зависит от цели речевого взаимодействия и обуславливает выбор адресантом лингвистических единиц для достижения этой цели в соответствии с желаниями или

⁴ Агаркова О. А. Коммуникативные стратегии и тактики комплиментарных высказываний [Электронный ресурс] // Филологические науки в России и за рубежом : мат-лы Междунар. науч. конф. (февраль 2012 г., Санкт-Петербург). [СПб], 2012. URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/26/1231/> (дата обращения: 19.04.2020).

⁵ Пирогова Ю. К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации // Текст. Интертекст. Культура. М.: Азбуковик. 2001. С. 549.

⁶ Ключев Е. В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия. Москва, 2002. С. 18.

⁷ Там же. С. 19.

предпочтениями говорящего»⁸. Данное определение является схожим с определениями «коммуникативной стратегии» О.С. Иссерс и Е.В. Ключева, однако автор отмечает, что выбор лингвистических единиц обусловлен не только целью говорящего, но и его желаниями или предпочтениями. Таким образом, автор вводит еще один фактор, влияющий на способ передачи информации для достижения определенной цели.

В работах зарубежных авторов исследования феномена КС связаны с теорией и практикой изучения иностранных языков. В частности, по мнению Тома Хьюстона: «КС – это совместная попытка двух собеседников договориться о смысле ситуации, когда необходимый смысл не разделяется участниками»⁹. Схожее определение КС предлагает Телал Оуэйс: «КС – это сознательная попытка обучающегося передать свою мысль при недостаточности межъязыковых структур для передачи этой мысли»¹⁰. Подобные определения будут использованы в данной работе в качестве иллюстрации более широкой трактовки понятия КС, применимой в образовательном, политическом и любых других видах дискурса.

Зарубежный исследователь Теун ван Дейк определяет КС как «некую общую инструкцию для каждой конкретной ситуации интерпретации»¹¹. По мнению автора, выбор стратегии обусловлен конкретными намерениями говорящего, которые проявляются в определенной ситуации. Автор вводит понятие «хорошей стратегии» - это стратегия, при которой достигается либо максимальное количество целей говорящего, либо каждая цель достигается в той степени, насколько это возможно в данной ситуации¹². Использование говорящим КС происходит тогда, когда говорящий не может запланировать некоторые этапы взаимодействия, например, в связи с отсутствием информации. В большинстве случаев это происходит во время диалога в виду невозможности предугадать реакции собеседника на каждой стадии развития коммуникации¹³.

Анализируя понятие «коммуникативной стратегии» Т. А. ван Дейк пришел к выводу, что коммуникативная стратегия должна обладать гибкостью, так как на каждом коммуникативном ходу происходит анализ текстовых и контекстуальных последствий

⁸ Терихов С. А. О социальном аспекте речевого взаимодействия в коммуникативном контексте // Классическое лингвистическое образование в современном мультикультурном пространстве. Пятигорск. 2004. С. 147.

⁹ Houston T. Communication Strategies in the Foreign Language Classroom. Applied Language Learning. 2006. №16. P. 66.

¹⁰ Oweis T. A LITERATURE REVIEW ON COMMUNICATION STRATEGIES IN LANGUAGE LEARNING // European Scientific Journal. 2013. №9 (26). P. 246.

¹¹ Т. А. ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. Пер. с англ. / Сост. В.В. Петрова; Под ред. В.И. Герасимова; Вступ. ст. Ю.Н. Караулова и В.В. Петрова. Москва. 1989. С. 274.

¹² Там же. С. 272.

¹³ Там же. С. 273.

предыдущих ходов и условия последующих ходов, в связи, с чем стратегия будет выбирать определенные действия для достижения максимального количества целей¹⁴.

Согласно иному подходу к определению КС, коммуникативная стратегия – это комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей¹⁵. КС также включает в себя планирование процесса общения в зависимости от коммуникативной установки говорящего и личностных характеристик коммуникантов.

Авторами статьи раскрывается не только понятие КС, но и ее структурные составляющие:

- 1) Выбор говорящим речевого намерения, например, намерение сделать заявление, задать вопрос или внести предложение;
- 2) Выявление семантических компонентов высказывания, а также экстралингвистической установки говорящих;
- 3) Определение объема информации, приходящегося на одну тему высказывания;
- 4) Определение последовательности компонентов высказывания (например, если говорящий впечатлен происходящим разговором, то он может начать свое высказывание с ремы, а тему поставить в конце предложения);
- 5) Корректирование структуры предложения и определение его коммуникативного режима (диалога, повествования), стиля (разговорный, эпический) и жанра¹⁶.

Обобщая вышесказанное можно отметить, что при использовании КС говорящий может стараться достичь не одной цели, а множества, выбор же КС может зависеть не только от цели говорящего, но и от его коммуникативной установки и личностных характеристик.

Таким образом, в приведенных определениях КС авторы отвели важное место цели высказывания. Во всех определениях упоминается то, как говорящий, выбирая тот или иную стратегию, придерживается определенной коммуникативной цели. Цель, в свою очередь, обуславливает выбор речевых ходов, которые авторы именуют по-разному: «речевые действия», «теоретические ходы» или «приемы выбора, структурирования и подачи в сообщении информации».

В настоящей работе трактовка понятия «коммуникативная стратегия» опирается на определение, разработанное Е.В. Ключевым, а именно, КС – «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в процессе общения теоретических

¹⁴ Там же. С. 273.

¹⁵ Malyuga E. N., Tomalin B. COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS OF SPEECH MANIPULATION IN INTERCULTURAL BUSINESS DISCOURSE // Training, Language and Culture. 2017. №1. P. 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/communicative-strategies-and-tactics-of-speech-manipulation-in-intercultural-business-discourse> (date of request: 27.06.2020).

¹⁶ Там же.

ходов, направленных на достижение коммуникативных целей»¹⁷. Предпочтение данному определению отдается в связи с тем, что в нем автор подчеркивает множественность целей говорящего, которые он пытается достичь в процессе коммуникации. Следует отметить, что, по мнению множества исследователей, мотивы говорящих могут отличаться по степени их осознанности¹⁸, а также зависеть от их уровня образования, предпочтений и психологической культуры. Кроме того, автор определения, Е.В. Ключев, подчеркивает одну из важнейших характеристик коммуникативной стратегии – ее запланированность. Однако автор принимает во внимание замечание Т. А. ван Дейка о том, что говорящий не может запланировать все ходы и тактики, которые будут использованы в процессе коммуникации, в виду невозможности предугадать реакции собеседника. Для настоящей работы важным также является замечание ван Дейка о том, что КС обладает гибкостью, которая необходима для коррекции выбранной говорящим КС в ходе коммуникации. К составляющим КС относятся коммуникативная интенция, коммуникативная цель и коммуникативная перспектива, а также определение объема информации на одну тему, соотношение объема информации и реакции собеседника, стиль и жанр, выбор предложений в соответствии с определенным коммуникативным режимом.

1.2 Коммуникативные стратегии в предвыборных выступлениях

Предвыборные выступления – это официальные публичные обращения политического деятеля по случаю выдвижения своей кандидатуры на пост президента. Цель выступлений – побудить электорат проголосовать за того или иного кандидата. Проведение предвыборной кампании и произнесение кандидатами обращений к электорату является одним из центральных событий политической жизни страны, особенно в Соединенных Штатах¹⁹.

Согласно модели, предложенной Г.Н. Манаенко, предвыборный дискурс, а значит и предвыборные выступления, которые являются его частью, имеет определенные структурные компоненты – «Среда», «Социальный субъект», «Содержание» и «Текст»²⁰.

¹⁷ Ключев Е. В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия. Москва. 2002. С. 18.

¹⁸ Попов А. А. Характеристика коммуникативных стратегий, реализуемых в блогах журналистов // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2013. №6 (149). С. 161. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/harakteristika-kommunikativnyh-strategiy-realizuemyh-v-blogah-zhurnalistov> (дата обращения: 29.06.2020).

¹⁹ Атьман О. В. Жанровая специфика президентского дискурса США // Альманах современной науки и образования. 2009. №. 2-1. С. 16.

²⁰ Манаенко Г. Н. Информационно-дискурсивный подход к анализу осложненного предложения. – Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Ставропольский государственный педагогический институт", 2006.

Компонент «Среда», также называемый «Сценой действия» представляет собой предвыборную кампанию политиков, который являются кандидатами на пост президента страны. Предвыборные кампании являются политическим событием и отражением идеологических установок государства на определённом этапе развития. Компонент «Среда» имеет дополнительную характеристику, которую Г.Н. Манаенко обозначил как «обстановку». «Обстановка» включает в себя место и время проведения избирательной программы политика. В качестве места проведения рассматривается территория государства, на высший политический пост которого претендуют кандидаты. Намного сложнее определить время проведения избирательной кампании политиков. С одной стороны, начало и конец избирательной кампании имеют фиксированные даты, которые определяются в соответствии с законодательством страны. С другой стороны, как утверждает М.Р. Желтухина, кампания и подготовка к следующим выборам начинаются сразу после оглашения результатов голосования. Таким образом, происходит формирование образа политика в течение нескольких лет, так как любое его «слово» или поступок воспринимается электоратом как часть предвыборной политики²¹.

Классификация участников предвыборных выступлений основывается на коммуникативной роли участников, а также статусных отношениях и социальной активности. Поэтому компонент «Социальный субъект» подразделяется на несколько типов:

- 1) Адресант предвыборного выступления – все политические деятели, которые допущены к выборам на пост президента.
- 2) Прямой адресат – граждане страны, имеющие избирательное право, которых кандидаты на пост президента стараются склонить проголосовать за свою кандидатуру²².

Следующим компонентом предвыборного выступления является «Содержание». Под данным компонентом имеется в виду внутренней контекст речевого поведения субъекта предвыборного дискурса во время достижения своей основной цели – расширение круга избирателей и укрепление этой базы. Достижение данной цели возможно, если кандидат сможет объединить интересы общества, которые могут значительно отличаться, создав, таким образом, у электората необходимую ему картину мира²³.

Структурный компонент «Текст» имеет определенную форму и характеристики, которые позволяют показать уникальность и индивидуальность предвыборного

²¹ Халатян А. Б. Предвыборный дискурс // Политическая лингвистика. 2011. №. 2. С. 182.

²² Там же.

²³ Чудинов А. П. Политическая лингвистика. – Общество с ограниченной ответственностью ФЛИНТА, 2012. С. 13.

выступления отдельного политика. Индивидуальность каждого политического деятеля определяется композицией высказывания, используемыми речевыми актами, языковыми средствами²⁴.

Помимо структурных компонентов, предвыборные выступления обладают системообразующими признаками. Приведенная система признаков строится на основании работ отечественных и зарубежных авторов, таких, как В.Л. Бенуа, О.В. Гайкова, А.А. Филинский, Р. Водак, Е.И. Шейгал и О.Н. Паршина:

- 1) Полисубъектность – на пост президента претендует большего одного политического деятеля.
- 2) Публичность – направленность предвыборных выступлений на широкую аудиторию, в роли которой выступают граждане страны, обладающие избирательным правом.
- 3) Агональность – создание политиками кругов «мы-свои» и «они-чужие».
- 4) Оценочность – каждому избирателю предстоит объективно оценить профессиональные и личные качества каждого из кандидатов для принятия решения при голосовании.
- 5) Агрессивность – проявляется при дискредитации соперника в попытке доказать его не профессиональность и неспособности занимать высший государственный пост. Другим проявлением агрессивности служит масштабная критика действующих государственных структур и их работы.
- 6) Информативность – обеспечение избирателей необходимой и объективной информацией о кандидате на пост президента, его предвыборной программе и достижениях в профессиональной области.
- 7) Фактор масс-медиа – СМИ являются посредниками в передаче информации от субъекта к объекту, то есть от политических деятелей к электорату. Именно благодаря СМИ избиратели становятся свидетелями происходящих событий, однако сформировать решение электората они в не силае.
- 8) Дистанцированность – несмотря на то, что во время предвыборных кампаний кандидаты стараются преодолеть разрыв со своими избирателями, разделение между политиками и обществом остается. Но проявляется физически, психологически и информационно.
- 9) Агитационность – направлена на оказание влияние на электорат.

²⁴ Халатян А. Б. Предвыборный дискурс // Политическая лингвистика. 2011. №. 2. С. 183.

10) Идеологичность – каждый кандидат на пост президента является сторонником той или иной идеологии, транслируя в общество определенную систему ценностей и взглядов²⁵.

Для достижения главной цели – захвата и удержания власти – все кандидаты на пост президента выбирают определенные КС и коммуникативные тактики. В научной литературе обозначены различные виды КС и подходы к их классифицированию. Так, О.В. Гайкова выделяет такие стратегии, как манипуляция, аргументация, самопрезентация, дискредитация оппонента и борьба за власть. В своей статье «Стратегии и тактики американского предвыборного дискурса» Е.В. Даньшина описывает иные КС, а именно стратегии самозащиты, оценки ситуации, побуждения и манипулирования. И.В. Самарина отмечает применение лишь 2-х стратегий: «создания круга своих» и «создания круга чужих». По мнению О.П. Шевченко, в предвыборном дискурсе можно также выделить стратегии позиционирования, конфликта и кооперации²⁶.

Рассмотрим более подробно упомянутые выше КС, идентифицированные в предвыборных речах политиков. Наибольшее число разнообразных стратегий исследует в своей диссертации О.В. Гайкова. Согласно подходу автора исследования, стратегию дискредитации оппонента и стратегию саморекламы следует объединить в категорию манипулятивных стратегий. Политики, соревнуясь за получение должности президента, оказывают влияние на своих избирателей, убеждая их в том, что именно этот кандидат подходит для выполнения обязанностей президента страны. Параллельно кандидаты преследуют две задачи: создание своего собственного положительного имиджа с такими качествами, как решительность, верность моральным принципам и наличие богатого политического опыта, а также формирование негативного имиджа своего оппонента²⁷.

Выделенная Гайковой стратегия дискредитации оппонента направлена на подрыв доверия к тому или иному оппоненту, уменьшению его значимости в обществе и авторитета на политической арене. Данная стратегия является одной из самых популярных в ходе борьбы на политической арене, так как включает в себя создание «круга своих», обладающих положительными качествами, и «круга чужих», которые воплощают в себе самые негативные человеческие качества²⁸.

²⁵ Там же. С. 185.

²⁶ Атьман О. В. Вербализация стратегии самопрезентации в президентских предвыборных теледебатах как агональном жанре политического дискурса США // Политическая лингвистика. 2011. №. 1. С. 98.

²⁷ Гайкова О. В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации: на материале английского языка: дис. 2003. С. 81.

²⁸ Хабекирова Зарема Схатбиевна Стратегия дискредитации и приемы ее реализации в политическом дискурсе демократической оппозиции // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2:

Для осуществления стратегии дискредитации оппонента используется следующий набор тактик: тактика критики и компрометации действий оппонента, обвинения оппонента, пренебрежения к оппоненту, косвенной «оценки» действий оппонента, косвенного намека на «негативные» действия оппонента, «лжи» в адрес оппонента, диверсии против оппонента, «навешивания ярлыков», «предвидения» будущего избирателей²⁹.

Для представления кандидата в привлекательном свете за счет привлечения внимания избирателей к его положительным качествам используется стратегия саморекламы³⁰. Для осуществления этой стратегии применяются следующие тактики: тактика приписывания себе политического опыта, противопоставления себя противнику, скрытого призыва голосовать за свою кандидатуру, поиска поддержки у электората³¹.

Характеризуя стратегию аргументации, Гайкова определяет цель её применения, а именно, речевое воздействие на рациональное сознание человека. Аргументация выступает средством убеждения электората или оппонента в своей правоте при помощи различных утверждений. В. Ф. Берков и Х. Еемеерен выделяют аргументацию «эмоциональную» и «рациональную» на основании убеждения, что любой аргумент имеет 2 составляющие: эмоциональную и логическую. В качестве примера Х. Еемеерен сравнивает 2 английских глагола - ‘convince’ и ‘persuade’. Глагол ‘convince’ означает убеждение посредством логичных доказательств, а глагол ‘persuade’ означает эмоциональное убеждение. Стратегия рационального аргументирования в предвыборных выступлениях включает в себя следующие тактики: обещания, призыва, убеждения, приведение примера, верификации. Стратегия эмоционального аргументирования выражается через тактики обвинения, скрытой угрозы, рекламирования и призыва³².

В качестве основных компонентов аргументации выделяются тезис и ряд аргументов. Тезис это особое положение, в правдивости которого необходимо убедить электорат. В связи с этим, автор выделяет следующие необходимые характеристики для тезиса аргументации:

Филология и искусствоведение. 2011. №2. С. 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-diskreditatsii-i-priemy-ee-realizatsii-v-politicheskom-diskurse-demokraticheskoy-oppozitsii> (дата обращения: 11.07.2020).

²⁹ Гайкова О. В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации: на материале английского языка: дис. 2003. С. 81.

³⁰ Саядова А. О. Когнитивно-дискурсивные характеристики британского политического дискурса и американского политического дискурса (на материале американских и британских предвыборных выступлений). 2018. С. 33.

³¹ Гайкова О. В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации: на материале английского языка: дис. 2003. С. 82.

³² Там же. С. 104.

- 1) Четкое обозначение сути проблемы, а также возможные способы ее решения. Помимо этого, стоит обозначить положительные перспективы разрешения проблемы в случае избрания именно этого кандидата.
- 2) Уникальная подача этого тезиса.
- 3) Тезис должен быть убедительным, то есть побуждающим избирателей к голосованию³³.

Авторскую классификацию ведущих КС в электоральном дискурсе представляет Е.В. Даньшина. Автор делит КС на 2 группы:

- 1) Когнитивно-информативные, к которым относятся стратегии самопрезентации, дискредитации оппонента, самозащиты, содержательного анализа и оценки ситуации.
- 2) Прагмаманипулятивные, которые включают в себя стратегии побуждения и манипулирования³⁴.

В то же время автор признает данную классификацию достаточно условной в виду возможного наложения интенций, которые лежат в основе использования тех или иных стратегий в определённых ситуациях. Предвыборные выступления участников президентской гонки, по мнению Е.В. Даньшиной, являются слишком развернутыми, а также содержат несущественные подробности и детали, тем самым реализуя магистральные для политика интенции и ряд сопутствующих, которые возникают в виду наличия эмоциональной составляющей выступления. Так, к ведущим интенциям можно отнести самопрезентацию кандидата, а к сопутствующим – заигрывание с электоратом³⁵.

Автор отмечает, что наиболее часто встречающимися тактиками для описанных выше стратегией являются:

- 1) Стратегия самопрезентации – тактики самовосхваления, позитивного позиционирования и использования прежних заслуг.
- 2) Стратегия дискредитации оппонента – тактика прогнозирования будущих ошибок оппонента.
- 3) Стратегия содержательного анализа и оценки ситуации – тактика генерализации или детализации.
- 4) Стратегия самозащиты – тактика переадресации удара и превентивного нападения.
- 5) Стратегии побуждения и манипулирования – тактика усиления желания голосования электората путем объединения против общего врага (если врага нет,

³³ Там же. С. 106.

³⁴ Даньшина Е. В. Стратегии и тактики американского предвыборного дискурса. 2007. С. 26.

³⁵ Там же. С. 25.

то его необходимо придумать) и тактика усиления желания голосования электората путем использования их желания получения результатов сразу после выборов³⁶.

Проведя анализ предвыборных выступлений кандидатов на пост президента США, Е.В. Даньшина пришла к выводу о том, что выявленные стратегии и тактики реализуются не обособленно, а в виде кластера, например, тактика самовосхваления и тактика прогнозирования будущих ошибок оппонента.

И.В. Самарина выделяет модель политической коммуникации, в основе которой лежит дуальная оппозиция «свой – чужой», а также ее варианты «мы – они», «друг – враг». Автор уверена, что именно эта оппозиция определяет поведение любого политика, который стремится к достижению власти, ведь политику, для того чтобы быть избранным на политический пост, необходимо победить своих соперников, т. е. «чужих», и стать героем, а значит «своим». С этой точки зрения, оппозиция «свой – чужой» может быть описана в рамках 2 КС: стратегия «создания круга своих» и стратегия «создания круга чужих»³⁷.

При рассмотрении стратегии «создания круга чужих» автор выделяет следующие тактики для ее выполнения:

- 1) Тактика «создания образа врага». Основой данной тактики является представление о враге как о могущественном и коварном существе. В ходе использования данной тактики, кандидат принижает нравственные, интеллектуальные и профессиональные качества оппонента, тем самым формируя негативное отношение к нему со стороны электората.
- 2) Тактика дистанцирования, суть которой заключается в противопоставлении себя врагу, то есть кандидат отторгает взгляды, решения и идеи оппонента³⁸.

Стратегия «создания круга своих» реализуется посредством следующего набора тактик:

- 1) Тактика солидаризации с адресатом. Кандидату необходимо установить контакт, достичь взаимопонимания и завоевать доверие избирателей путем опоры на общие знания и интересы в ходе коммуникации.
- 2) Тактика создания образа «героя» предполагает формирование образа «героя» и присвоение ему лидерских качеств в глазах избирателей с помощью

³⁶ Там же. С. 27.

³⁷ Самарина И. В. Прагмалингвистическое исследование речевой деятельности политиков по коммуникативным стратегиям «Создания круга своих и круга чужих» // Вестник Самарского государственного университета. 2006. №. 8. С. 215.

³⁸ Там же. С. 216.

создания положительного отношения электората к кандидату, его партии и принятым ими решениям³⁹.

Особую актуальность имеет классификация КС удержания власти, которые применяются лидерами стран, баллотирующимися на второй президентский срок. Данные стратегии действительно актуальны в виду скорых выборов в Соединённых Штатах (в 2020 г.). О.Н. Паршина выделяет лишь одну стратегию – информационно-интерпретационную⁴⁰, которая подразделяется на множество тактик:

- 1) Тактика признания существования проблемы используется для «покаяния» политика перед народом, а также формирования имиджа «человека, который держит слово», что особенно ценят избиратели.
- 2) Тактика акцентирования положительной информации используется политиками для демонстрации успехов в экономической и социальной сферах, которыми были достигнуты под их руководством.
- 3) Тактика комментирования подразумевает сопровождение политиком своего ответа дополнительной информацией, а не простой оценкой информации, так как у слушателей могут отсутствовать фоновые знания по обсуждаемой теме.
- 4) Тактика указания на путь решения проблемы включает в себя такие приемы, как: упоминание возможных решений, указание на возможные способы достижения решений, либо результаты решения⁴¹.

Отличную от описанных выше классификаций КС представляет зарубежный исследователь Эммануэль К. Шарндама. Стоит отметить, что автор не подразделяет КС на тактики, используемые для достижения той или иной стратегии. Автор отмечает существование следующих стратегий:

- 1) Прономилизация – использование местоимений вместо существительных для обращения к существующей идентичности или для ее конструирования, а также для представления принципов и идеологий. Стоит отметить, что в политическом дискурсе выбор местоимения показывает, какую степень ответственности готов взять на себя политик при выдвижении той или иной идеи. Автор отмечает, что наиболее часто

³⁹ Там же. С. 216-217.

⁴⁰ Паршина Ольга Николаевна Стратегия удержания власти в речевом поведении российских политических лидеров // Вестник АГТУ. 2005. №5. С. 138. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-uderzhaniya-vlasti-v-rechevom-povedenii-rossiyskih-politicheskikh-liderov> (дата обращения: 19.07.2020).

⁴¹ Там же. С. 139- 145.

политики используют местоимение «мы» для выражения институциональной идентичности⁴².

2) Использование пропаганды. Автор отмечает, что именно пропаганда является важной особенностью политического дискурса, а ее использование в речи раскрывает манипулятивную силу политика. Помимо этого, автор убежден, что основная цель пропаганды – убедить избирателей в лучшем будущем при выборе определенного кандидата. Пропаганда подразделяется автором на 2 вида: гиперболическая пропаганда осуществляется через перечисление достижений политика или неверных действий его оппонента; пропаганда сплочения направлена на объединение людей для достижения общей цели или общего дела; при осуществлении религиозной пропаганды политик использует религиозные выражения для воздействия на мысли аудитории, например, из Библии или Корана. Автор отмечает особую важность религиозной пропаганды, так как политикам будет легче найти поддержку у людей своей веры⁴³.

Таким образом, классификация КС, представленная Эммануэлем К. Шарндамой, отличается от классификаций, представленных отечественными учеными, так как автор не подразделяет КС на тактики, используемые для их воплощения, а также особое место уделяет проводимой политиками пропаганде. Стратегия политической пропаганды, явно присутствующая в политических речах, не была выделена ни одним автором в качестве самостоятельной стратегии.

Обзор КС, представленных в исследованиях лингвистов, позволяет сделать вывод о многообразии КС, используемых кандидатами в предвыборных выступлениях. Для достижения своей главной цели, а именно заполучения власти, политики используют КС с целью манипулятивного воздействия на электорат. Политические деятели знакомы с уже сформированным инструментарием КС и выбирают их осознанно в соответствии с целями, которые желают достичь, или влиянием, которое желают оказать на избирателей.

1.3 Национальные особенности использования коммуникативных стратегий

Бурное развитие межкультурной коммуникации и изучение особенностей коммуникации разных народов привело исследователей к необходимости более детального изучения коммуникативного поведения носителей языка. Впервые термин «коммуникативное поведение» был употреблен И. А. Стерниным в брошюре «Очерк

⁴² Sharndama E. C. Discursive strategies in political speech: a critical discourse analysis of selected inaugural speeches of the 2015 Nigeria's gubernatorial inaugurals // European Journal of English Language, Linguistics and Literature. 2016. Vol. 3. №. 2. С. 21.

⁴³ Там же. С. 23 – 25.

русского коммуникативного поведения», изданной в Германии в 1991 г. Автор предполагал, что «коммуникативное поведение – это совокупность норм и традиций народа»⁴⁴. В более поздних работах И. А. Стернин отмечал, что в настоящее время сложился определенный теоретический аппарат описания коммуникативного поведения, а под самим коммуникативным поведением понимают «совокупность норм и традиций общения определенной группы людей»⁴⁵. Описание коммуникативного поведения той или иной личности, группы или нации раскрывает особенности поведения и мышления соответствующего человека, группы или народа.

Коммуникативное поведение является частью культуры народа, особенно бытовой культуры, которая реализуется в повседневном общении людей. В данном случае культуру можно определить как образ жизни, передаваемый от одного поколения к другому⁴⁶.

Национальная культура состоит из ядра – ценностей, которые находятся в окружении принципов. В свою очередь принципы реализуются через нормы и правила. Ценности – это социальные идеи и взгляды, разделяемые одним народом и передаваемые от поколения к поколению. Ценности выступают образцом поведения для народа, то, к чему необходимо стремиться. Поступки, противоречащие ценностям, порицаются обществом. Важность ценностей для народа неоспорима, так же, как и их защита. Именно защита ценностей народа на международной арене приносит политикам успех. Принципы – это стереотипы поведения и мышления народа. Принципы направляют мышление и поведение представителей того или народа по определенным, «шаблонным» путям⁴⁷. Принципы имеют ярко выраженную национальную окраску. Например, образ «богатого человека» воспринимается по-разному в американской и русской культурах. В американской культуре про богатого человека думают «этот человек умный, раз смог разбогатеть». В русской культуре представление совсем иное. Вероятнее всего, богатому человеку присвоят клеймо «жулика или нечестно разбогатевшего человека». Нормы и правила – это конкретные рекомендации по поведению. Нормы могут изменяться, а вместе с ними изменения будут происходить и в самой культуре народа⁴⁸.

⁴⁴ Стернин И. А., Камбаралиева У. Д. Теоретические проблемы описания коммуникативного поведения // Коммуникативные исследования. [Б. м.], 2018. №2 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-problemy-opisaniya-kommunikativnogo-povedeniya> (дата обращения: 24.09.2020).

⁴⁵ Там же.

⁴⁶ Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские: коммуникативное поведение. Москва. 2006. С. 20.

⁴⁷ Там же. С. 20.

⁴⁸ Там же. С. 21.

И. А. Стернин выделяет несколько видов норм коммуникативного поведения, например, общекультурные, групповые, ситуативные и индивидуальные⁴⁹.

Общекультурные нормы коммуникативного поведения характерны для всех национальных культур и содержат общепринятые правила речевого этикета и культурного общения, которые используются в различных ситуациях. Общекультурные нормы не зависят от пола людей, возраста, социального статуса, специализации в профессиональной деятельности и т.д. Примером общекультурных норм являются стандартные ситуации приветствия и прощания, обращения, знакомства, извинения, разговора по телефону, письменного сообщения, поздравления, комплимента, благодарности, пожелания, утешения, сочувствия, соболезнования⁵⁰.

Общекультурные нормы имеют национальную окраску. Например, в американской культуре во время приветствия человека необходимо улыбаться, в русской культуре данная норма отсутствует⁵¹.

Ситуативные нормы зависят от конкретной языковой ситуации, обусловленной статусом или темой общения. Ограничения, накладываемые определенной языковой ситуацией, позволяют говорить о 2 видах коммуникативного поведения: вертикальном (вышестоящий – нижестоящий) и горизонтальном (равный – равный)⁵². Ситуативные нормы национально специфичны: например, общение старшего поколения с младшим в мусульманской стране более вертикальное, чем в европейской; общение между мужчиной и женщиной, в соответствии с европейскими традиционными нормами, горизонтальное по статусу общения, а в мусульманской культуре - вертикальное и т. д.⁵³.

Групповые нормы отражают специфику и черты общения, характерные для определенных профессиональных культур, социальных и возрастных групп. Специфика коммуникативного поведения мужчин, женщин, учителей, программистов, юристов, врачей, “гуманистов”, “технарей”, мусульман, буддистов, детей, родителей и т. д. отличается друг от друга.

Индивидуальные нормы коммуникативного поведения отражают индивидуальную культуру и коммуникативный опыт индивида⁵⁴.

⁴⁹ Korneeva A. Communicative behavior as the way of expressing cultural identity //SHS Web of Conferences. – EDP Sciences. 2018. Vol. 55. P. 2.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Дубинко С. А. Коммуникативные стратегии в современной лингвокультуре. 2011. С. 135.

⁵² Там же.

⁵³ Korneeva A. Communicative behavior as the way of expressing cultural identity //SHS Web of Conferences. – EDP Sciences, 2018. Vol. 55. P. 2.

⁵⁴ Ibid

Современный мир характеризуется повышенным интересом к изучению иностранных языков и культур мира, что увеличивает потребность и важность межнационального общения. Общение представителей различных культур приводит к особой разновидности коммуникации – межкультурной, так как представитель каждой конкретной культуры является носителем этой культуры и обладает качествами сознания, которые формируются при освоении определённой культуры⁵⁵. Успех и неудача коммуникации зависят от культурно обусловленной компетентности обоих участников коммуникации, т. е. от того, насколько различным или схожим является их процесс восприятия мира⁵⁶.

Коммуникативные стратегии и тактики обладают национально-культурной спецификой. Человек, попавший в чужую для него культуру, может испытывать определённые трудности при интерпретации речевых действий её носителей. Так, О.А. Агаркова в качестве примера приводит речевое действие комплимента женщинам в различных культурах и то впечатление, которое оно может произвести на носителей иной культуры. Например, автор отмечает, что хорошим комплиментом для японки будет служить ее сравнение со змеей, так как змея отличается совершенством форм и движений. Обращение к женщине «Гусыня!» в египетской культуре является комплиментом, однако, воспринимается как оскорбление в русской культуре⁵⁷.

На этапе планирования процесса коммуникации и выборе коммуникативных стратегий и тактик, О.А. Агаркова рекомендует учитывать следующие параметры: 1) общее знание о коммуникативной ситуации (допустимы ли те или иные речевые акты в различных культурах); 2) знание об определенном речевом акте (является ли акт ритуальным, стереотипным или нестереотипным); 3) знание об участниках коммуникации (например, качества собеседника)⁵⁸.

Использование коммуникативных стратегий нациями определяется теми принципами, которые заложены в их культурах. Так, американская культура общения характеризуется принципом позитивности: доброжелательное отношение к людям, приветливость и открытость. К этому же принципу относится и улыбка, которая символизирует отсутствие агрессии по отношению к говорящему и показывает готовность

⁵⁵ Мартынова Н. А. Межкультурная коммуникация как особый вид общения. [Б. м.], 2007. №2 (54). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnaya-kommunikatsiya-kak-osobyy-vid-obscheniya-1> (дата обращения: 28.09.2020).

⁵⁶ Дубинко С. А. Коммуникативные стратегии в современной лингвокультуре. 2011. С. 136.

⁵⁷ Агаркова О. А. Коммуникативные стратегии и тактики комплиментарных высказываний / О. А. Агаркова. — Текст: непосредственный, электронный // Филологические науки в России и за рубежом : материалы I Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). [СПб], 2012. URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/26/1231/> (дата обращения: 28.08.2020).

⁵⁸ Там же.

к сотрудничеству⁵⁹. Принцип вежливости является одним из важнейших в американской культуре. При общении с собеседником важно не вторгаться в его личное пространство и уважать его личные границы, а также не оказывать давление при принятии решений. Для американской нации свойственно использование следующего набора КС: сведение к минимуму употребления стратегии речевой агрессии, однако стратегия манипулирования допускается, хотя и не поощряется; стратегия компромисса и сотрудничества, которая исходит из принципа позитивности и вежливости; стратегия отдаления или дистанцирования, используемая для демонстрации уважения или обхода конфликтных ситуация, в том числе, в речи⁶⁰.

Как отмечает А.И. Кириллова, особенностями коммуникативного поведения русской нации являются критика в адрес собеседника, сведение к минимуму похвалы и комплиментов, а также прямолинейность и эмоциональность⁶¹. Сравнивая российскую и американскую модель коммуникативного поведения, И.В. Певнева и А.Г. Фомин отмечают, что российская модель отличается высокой степенью конфликтности, так как ей присуще использование следующих КС и тактик: стратегия манипулирования, которая обусловлена стремлением к доминированию в ходе коммуникации; эмоциональность общения приводит к использованию тактик возмущения, оскорбления или сочувствия; тактика коммуникативного давления, а именно угрозы и требований⁶².

Таким образом, современный мир характеризуется увеличением потребности в межкультурной коммуникации, успех или неудача которой напрямую зависит от различий и схожестей национальных культур. Культура любой нации уникальна; она строится на исторически сложившихся ценностях, принципах, нормах и правилах, которые вырабатывались веками для стабильного функционирования того или иного общества. Помимо этого, каждый народ обладает свойственным лишь ему коммуникативным поведением, из чего следует, что представителям разных народов свойственно различное употребление коммуникативных стратегий и тактик в ходе коммуникации. При рассмотрении коммуникативного поведения русского и американского народов, было установлено, что коммуникативная модель русского народа отличается конфликтностью,

⁵⁹ Певнева И. В., Фомин А. Г. Национальные особенности проявления коммуникативных стратегий в бытовых ситуациях конфликта // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2008. №. 1-1. С. 135.

⁶⁰ Там же. С. 136.

⁶¹ Кириллова А.И. Межкультурная коммуникация через стратегии речевого поведения // Гуманитарные научные исследования. [Б. м.], 2014. № 1. URL: <http://human.snauka.ru/2014/01/5741> (дата обращения: 05.09.2020).

⁶² Певнева И. В., Фомин А. Г. Национальные особенности проявления коммуникативных стратегий в бытовых ситуациях конфликта // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2008. №. 1-1. С. 136.

а коммуникативная модель американского народа, наоборот, характеризуется доброжелательностью и открытостью.

Выводы по главе 1

В данной главе было рассмотрено понятие КС и ее основные характеристики. Под КС в данной работе понимается «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в процессе общения теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативных целей»⁶³. Главной составляющей КС является цель высказывания, которую говорящий стремится достичь. Цель высказывания, в свою очередь, будет определять «коммуникативные ходы», выбираемые говорящим в ходе коммуникации. Помимо цели высказывания к составляющим КС относятся коммуникативная интенция и коммуникативная перспектива, а также определение объема информации на одну тему, соотнесение объема информации и реакции собеседника, стиль и жанр, выбор предложений в соответствии с определенным коммуникативным режимом. Одной из важнейших характеристик КС, которую отмечает Е.В. Ключев, является частичная запланированность КС, ведь говорящий не может предугадать все тактики и ходы собеседника. Помимо этого, КС способна оказывать воздействие на собеседника, чтобы побудить его к желаемым говорящим действиям. КС имеет и «контекст», то есть определённую ситуацию общения, в которой она применяется.

Для достижения основной цели, а именно захвата или удержания власти, политические деятели используют КС в своих предвыборных выступлениях, чтобы с помощью них склонить электорат на свою сторону и заручиться его поддержкой. Предвыборные выступления имеют структурные компоненты: «Сцена», «Социальный субъект», «Содержание» и «Текст». Основными системообразующими признаками предвыборных выступлений являются: полисубъектность, публичность, агональность, оценочность, агрессивность, информативность, фактор масс-медиа, дистанцированность, агитационность и идеологичность.

Классификации КС многообразны. В данной работе были рассмотрены классификации КС О.В. Гайковой (стратегии манипуляции, аргументации, самопрезентации, дискредитации оппонента и борьбы за власть), Е.В. Даньшиной (стратегии самозащиты, оценки ситуации, побуждения и манипулирования), И.В. Самариной (стратегии «создания круга своих» и «создания круга чужих») и Эммануэля К. Шарндама (стратегии прономилизации и использования пропаганды). КС имеют национальную окраску, так как являются частью коммуникативного поведения народа и отражают определённый набор ценностей, включая социальные идеи и взгляды, принципов, норм и правил культуры этого народа. Использование коммуникативных

⁶³ Ключев Е. В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия. – Москва. 2002. С. 18.

стратегий нациями определяется теми принципами, которые заложены в их культурах. Главным принципом американской культуры является принцип позитивности, который проявляется в открытости и отзывчивости к людям. КС, свойственные речи американского народа, отличаются своей неконфликтностью и отсутствием агрессивности. Русская нация же, наоборот, отличается своей прямолинейностью и практическим отсутствием похвалы в сторону собеседника. Набор КС в речи русского народа отличается своей манипулятивностью и доминированием, вследствие чего коммуникативной модели русского народа присуще черта конфликтности.

Глава 2. Проблема перевода текстов политического дискурса

2.1 Определение и характеристика политического дискурса

Современный мир характеризуется все большей взаимосвязанностью и взаимозависимостью стран. Растущее сотрудничество, эскалация международных конфликтов и необходимость решения глобальных проблем принуждают страны наращивать темпы коммуникации, тем самым все больше вовлекая их в политический дискурс. Развитие современных технологий и работа огромного штаба переводчиков заметно облегчает обеспечение коммуникации между странами во всем мире, однако и здесь имеется ряд трудностей.

Ни один ученый не отрицает связь языка и политики, ведь ни один политический режим не мог существовать без коммуникации в прошлом, не может и в настоящем. Однако мнения лингвистов о существовании «языка политики», как специального языка, расходятся. Ряд исследователей, например, Э. Косериу и Е. И. Шейгал, убеждены в существовании «политического дискурса», так как политика, как род человеческой деятельности, обладает дискурсивной спецификой: большинство политических действий являются речевыми актами⁶⁴. Иного мнения придерживаются такие исследователи как П. Б. Паршин, Э. Я. Баталов и В. В. Петров, которые сомневаются в существовании политического языка как отдельного феномена. П. Б. Паршин считает, что на самом деле объектом исследования выступает не сам «политический язык», а способы говорения, характерные для индивидуальных или групповых субъектов политики⁶⁵. Э. Я. Баталов и В. В. Петров сходятся во мнении, что политические термины являются полифункциональными. Они употребляются не только в текстах политической тематики, но также и в повседневной речи⁶⁶. Опираясь на данный факт, авторы считают, что под «политическим языком» следует понимать не специализированный язык, а лишь его терминологическую составляющую⁶⁷.

Большинство лингвистов сходятся во мнении, что «политический язык», как специальный язык, имеет право на существование. Е. И. Шейгал определяет политический язык как «структурированную совокупность знаков, образующих семиотическое пространство политического дискурса»⁶⁸. К знакам исследователь относит

⁶⁴ Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис.... д-ра филол. наук: 10.02. 01, 10.02. 19. Волгоград, 2000. С. 17.

⁶⁵ Паршин П. Б. Об оппозиции системоцентричности и антропоцентричности применительно к политической лингвистике. [Б. м.]. URL: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2000/> (дата обращения: 24.10.2020)

⁶⁶ Ушакин С. А. Речь как политическое действие / Полис. 1995. № 5. С. 150.

⁶⁷ Баталов Э. Я. Политическая культура современного американского общества. Москва, 1990. С. 175.

⁶⁸ Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис.... д-ра филол. наук: 10.02. 01, 10.02. 19. Волгоград, 2000. С. 22.

«специализированные знаки — как вербальные (политические термины, антропонимы и пр.), так и невербальные (политические символы и пр.)»⁶⁹. Однако в работах последних лет (например, В. З. Демьянковой, Е. И. Шейгала, М. Р. Желтухиной) появляется термин «политический дискурс». Авторы настаивают, что политический дискурс является разновидностью институционального дискурса, так как он направлен на заполучение и удержание власти. Помимо этого, политический дискурс обладает всеми необходимыми признаками, в которые входят цель коммуникации, участники коммуникации и выбираемые ими стратегии и тактики⁷⁰. Основная проблема исследования политического дискурса состоит в том, что ряд авторов использует этот термин, вкладывая в него разное содержание; другие исследователи и вовсе либо отвергают использование термина «политический дискурс», либо используют его как синоним терминам «политический язык» и «политическая коммуникация».

В данной работе термины «политический язык» и «политический дискурс» будут использоваться как взаимозаменяемые и равные в виду наличия схожих характеристик и признаков. В качестве обоснования подобной позиции выступает анализ определений «политического языка» и «политического дискурса», разработанных исследователями А. Н. Барановым, В. Бергердорфом, Д. Мисюровым и Е. И. Шейгалом. Во-первых, оба явления обозначают определенный вид коммуникации, которой имеет своей целью заполучение и удержание власти. Во-вторых, и политический дискурс, и политический язык представляют собой совокупность речевых высказываний, в которых речь идет о политике⁷¹. Любой текст (например, стенограммы заседаний или аналитический статьи) или публичное выступление (например, обращение к народу, лозунги и телевизионные дебаты), посвященные политической жизни, являются политическим языком и политическим дискурсом.

Таким образом, политический дискурс — это совокупность «всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом»⁷².

Политический дискурс, как разновидность институционального дискурса, имеет ряд характерных черт в виду его связи с определенными общественными институтами. Такие исследователи, как Ю. С. Паули, Р. Водак, Е. И. Шейгал и А. П. Чудинов отмечают одну

⁶⁹ Там же.

⁷⁰ Колесникова С. Н. Особенности политического дискурса и его интерпретация // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. №. 33. С. 68.

⁷¹ HADI A. L. I. A. K вопросу об определении понятий «политический язык» и «политический дискурс» в средствах массовой информации // Al-Adab Journal (ISSN: 1994473X). 2019. Т. 1. №. 129. С. 58.

⁷² Колесникова С. Н. Особенности политического дискурса и его интерпретация // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. №. 33. С. 68.

из важнейших характеристик – неоднозначность политического дискурса⁷³. Политический дискурс должен выступать в качестве такой кодовой системы, которой необходимо не только обеспечивать связь между политическими и общественными институтами, но и одновременно быть понятным и приемлемым для его главного адресата – общества. В своих работах Е. И. Шейгал настаивает, что политический язык не является прерогативой лишь политиков, это средство, которым пользуется все языковое общество⁷⁴.

Колесникова С. Н. выделяет следующие функциональные особенности политического языка:

- 1) Наличие большого терминологического аппарата.
- 2) Специфичное использование языковых знаков повседневной речи.
- 3) Специфичное языковое оформление письменных текстов и устных выступлений⁷⁵.

Е.К. Павлова, анализируя политический дискурс как средство обеспечения международной коммуникации, отмечает следующие характеристики: глобальность (доступность его любому человеку в мире), публичность (возможность участия в нем широких слоев населения), медийность (осуществление политического дискурса через международные средства массовой информации), многоязычность (потенциальный адресат – аудитория всего мира), интерцивилизованность (участники политического дискурса обладают разными картинами мира) и дисгармоничность (неоднозначная передача информации)⁷⁶.

Таким образом, политический дискурс обладает некоторой двойственностью. С одной стороны, политический дискурс призван обеспечивать коммуникацию политических и общественных институтов, что порождает наличие многочисленных терминов и специфичное, непривычное для общества использование ряда языковых знаков в политическом дискурсе. С другой стороны, необходимо, чтобы политический дискурс был понятен не только для общества страны, но и для международного сообщества в виду его публичности и глобальности. Такая двойственность приводит, в частности, к неправильной передаче информации и вызывает непредсказуемую эмоциональную реакцию широких слоев населения.

⁷³ Паули Ю. С. Язык политического дискурса как способ формирования политического института // Теория и практика общественного развития. 2011. №. 8. С. 389.

⁷⁴ Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис.... д-ра филол. наук: 10.02. 01, 10.02. 19. [Волгоград], 2000. С. 31.

⁷⁵ Колесникова С. Н. Особенности политического дискурса и его интерпретация // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. №. 33. С. 67.

⁷⁶ Павлова Е. К. Роль перевода в глобальном политическом дискурсе // Английский язык на гуманитарных факультетах: теория. 2012. С. 53 - 56.

Жанры политического дискурса, с помощью которых политические деятели добиваются своих целей, многообразны. Для зарубежных и отечественных ученых основополагающим определением «речевого жанра» является определение М. М. Бахтина. Под «речевым жанром» он понимал устойчивый тип высказывания, выработанный в определенной сфере использования языка. В данной работе также будет учитываться следующее понятие «речевого жанра»: «модель или форма, которая воплощена рядом конкретных речевых произведений». Данное определение речевого жанра принадлежит М. П. Бранденсу⁷⁷. Речевой жанр имеет конкретную цель речевого взаимодействия и строится с учетом коммуникативной ситуации⁷⁸. Как отмечает Е. А. Алешина, речевой жанр тесно связан с родом деятельности человека. Любая деятельность человека находит свое выражение в языке. Именно поэтому речевой жанр связан с контекстом, то есть ситуацией, в которой разворачивается деятельность человека. Для политической деятельности таким контекстом выступает борьба за власть и ее использование для принятия руководящих решений⁷⁹.

Исследователи, занимающиеся изучением политической коммуникации, выделяют множество жанров политического дискурса, основываясь на разных критериях. Так, В.Е. Чернявская и Е. Ю. Алешина в качестве критериев выбирают сопоставление устной и письменной речи и выделяют жанры устной (доклад, беседа, дебаты и т.д.) и письменной речи (газетные статьи, листовки, историческая справка и т.д.). Следующий критерий представляет собой количество участников коммуникации, и, таким образом, исследователи выделяют монологические (статья в газете, радиосообщение) и диалогические жанры (дискуссия и переговоры). Жанры также могут различаться по объему представленной в них информации, вследствие чего представляется возможным выделить малые (лозунг или слоган), средние (выступление в парламенте или на митинге, листовка) и крупные жанры (партийная программа, книга на политическую тему)⁸⁰.

Многие исследователи, такие как Е.Ю. Алешина, В.Е. Чернявская и И.А. Тортунова поддерживают классификацию жанров политического дискурса, разработанную Е.И. Шейгалом. Авторы сходятся во мнении, что классификация Е.И. Шейгала является наиболее полной и включает в себя не только институциональное, но и личностно-

⁷⁷ Брандес М. П. Стилистика немецкого языка: Для институтов и факультетов иностранных языков: Учебное пособие. Высшая школа, 1990. С. 29.

⁷⁸ Ворожцова Н. В. Предвыборный дискурс и его жанры // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2010. №. 2 (10). С. 108.

⁷⁹ Алешина Е. Ю. Жанровая градация политического дискурса // Российский гуманитарный журнал. 2016. Т. 5. №. 3. С. 295.

⁸⁰ Там же. С. 296.

ориентированное взаимодействие⁸¹. Данный аспект является особенно важным, так как политический дискурс направлен на заполучение и удержание власти, что представляется возможным исключительно при наличии поддержки избирателей и коммуникации с ними.

Классификация речевых жанров политического дискурса, представленная Е.И. Шейгалом, основывается на следующих критериях: а) институциональность или официальность политической коммуникации; б) субъектно-адресные отношения; в) локация события; г) прототипность; д) функциональность⁸².

Для определения официальности или неофициальности общения важно понимать статус участников коммуникации, являются ли они представителями политических институтов или представляют собственные интересы и позицию. Жанрами официальной политической коммуникации выступают пресс-конференции, указы и другие политические документы, международные переговоры и предвыборные дебаты. Жанры неофициальной политической коммуникации включают в себя разговоры о политике в семье или с друзьями, анекдоты и слухи⁸³. Самиздатовские листовки, граффити, телеграммы и письма граждан с поддержкой или неодобрением политических действий, политический скандал и интервью находятся на стыке жанров⁸⁴.

Е.Ю. Алешина отмечает, что для определения жанров политического дискурса по субъектно-адресным отношениям Е.И. Шейгал придерживается классификации В. Дикмана⁸⁵, который выделяет:

1) общественно-институциональную коммуникацию. Данный жанр сочетает в себе использование обезличенных высказываний институтов (постановления правительства, декреты, законы) и высказывания политических деятелей как представителей институтов (публичная речь президента или политических лидеров партий)⁸⁶;

2) коммуникацию между институтом и гражданином. Для данного жанра характерно участие граждан в жизни страны, поэтому данный жанр представлен обращениями граждан, листовками, выступлениями на митингах и наказами избирателей;

3) коммуникацию между агентами в институтах. В. Дикман находит целесообразным разделение внешней и внутренней коммуникации в этом речевом жанре. Внутренняя сфера представлена служебными записками, кулуарными обсуждениями, переговорами и

⁸¹ Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук. [Волгоград], 2000. С. 313.

⁸² Там же. С. 255.

⁸³ Ворожцова Н. В. Предвыборный дискурс и его жанры // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2010. №. 2 (10). С. 108.

⁸⁴ Алешина Е. Ю. Жанровая градация политического дискурса // Российский гуманитарный журнал. 2016. Т. 5. №. 3. С. 296.

⁸⁵ Там же.

⁸⁶ Ворожцова Н. В. Предвыборный дискурс и его жанры // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2010. №. 2 (10). С. 108.

т.д. К внешней сфере относят парламентские дискуссии, послания президента конгрессу, партийные программы, переговоры и т.д.⁸⁷.

Локация события зависит от того, к какому событию относится тот или иной дискурс. Политические события делятся на цикличные, календарные и спонтанные. Цикличные политические события представлены предвыборными кампаниями и съездами партий, инаугурациями президентов и т.д. Календарные события, например, парламентские сессии или встречи депутатов с избирателями, планируются заранее. Референдумы, скандалы, митинги и демонстрации относятся к спонтанным событиям политической жизни⁸⁸.

Прототипность речевого жанра была разработана М.М. Бахтиным. Он считал, что часть речевых жанров является первичной. Так, речи, заявления, дебаты, декреты и конституции представляют собой первичные жанры, а интервью, аналитические статьи, мемуары и письма читателей являются вторичными, так как представляют собой ответную реакцию на то или иное политическое событие в жизни страны⁸⁹.

Функционально политические речевые жанры делятся на ритуальные или интегративные (инаугурационная речь, юбилейная речь), ориентационные (указы, конституция, партийная программа) и агональные (лозунг, предвыборные дебаты, парламентские дебаты)⁹⁰.

Несколько иная классификация жанров политического дискурса была представлена А.П. Чудиновым. В качестве критерия для разграничения жанров исследователь выбрал не вид взаимодействия участников, а цель их высказывания. Таким образом, по цели высказывания речевые жанры политического дискурса делятся на информативные, оценочные и императивные (то есть те, которые призывают к действиям). А.П. Чудинов отмечает, что все три вида жанров могут встречаться в одном тексте. В качестве примера можно привести агитационную листовку с призывом голосовать за определенного кандидата. В таком тексте содержится информация о кандидате, положительная оценка его действия и призыв оказать ему доверие и отдать свой голос за него. Помимо этого, существуют и тексты, в которых превалирует лишь один тип речевого жанра. Например,

⁸⁷ Алешина Е. Ю. Жанровая градация политического дискурса // Российский гуманитарный журнал. 2016. Т. 5. №. 3. С. 296.

⁸⁸ Ворожцова Н. В. Предвыборный дискурс и его жанры // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2010. №. 2 (10). С. 109.

⁸⁹ Алешина Е. Ю. Жанровая градация политического дискурса // Российский гуманитарный журнал. 2016. Т. 5. №. 3. С. 296.

⁹⁰ Ворожцова Н. В. Предвыборный дискурс и его жанры // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2010. №. 2 (10). С. 109.

автобиография того или иного политического деятеля представляет собой преимущество информативный жанр⁹¹.

Таким образом, существует множество классификаций речевых жанров политического дискурса. Такое разнообразие обусловлено трудностями выделения жанров в виду неоднородности политического дискурса и пониманием его как сферы социальной жизни, в которой происходит взаимодействие множества социальных групп, каждая из которых преследует собственные цели и интересы. При анализе существующих классификаций речевых жанров политического дискурса становится очевидно, что жанры носят «гибридный характер», так как изменения в обществе происходят не только при участии политиков, но и при участии представителей других социальных групп. Особенности жанра политического дискурса проявляются во время ситуации общения, а цели и интересы субъектов политики являются определяющими для речевого взаимодействия.

2.2 Лингвистические особенности предвыборных выступлений

Уже неоднократно отмечалось, что политический дискурс является предметом повышенного интереса со стороны многих исследователей, но наиболее актуальным элементом для исследований остаются тексты предвыборных выступлений. Тексты предвыборных выступлений характеризуются особым набором языковых средств, которые необходимы для создания и формирования общественного мнения, а также побуждения избирателей к решению, выгодному для того или иного политического деятеля⁹².

Предвыборный политический дискурс, который является частью политического дискурса, это «речевой жанр, который является сложным коммуникативным событием и вербальным оформлением этого коммуникативного события, а также имеет определенный состав участников и отличается публичностью и официальностью»⁹³.

Д.В. Гафарова и Э.Е. Мухаметшина выделяют следующие особенности предвыборного дискурса: логичность, образность, оценочность, призывность и эмоциональность. Тексты предвыборного дискурса наполнены общественно –

⁹¹ Чудинов А. П. Дискурсивные характеристики политической коммуникации // Политическая лингвистика. 2012. №. 2. С. 54.

⁹² Гафарова Д. В., Мухаметшина Э. Е. ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА США // ББК 71.0 я 43 Т 37. 2017. С. 10.

⁹³ Там же. С. 11.

политической лексикой, образными средствами, словами с переносными значениями и словами с ярко выраженной эмоциональной окраской⁹⁴.

В результате анализа текстового материала, а именно предвыборных выступлений российских и американских политических деятелей, представляется возможным выделить те лингвистические приемы, которые используются при реализации тех или иных речевых стратегий.

Для реализации стратегии самопрезентации во многих случаях характерно использование формулировок от первого лица, что способствует высокой персонализации дискурса: “*What **I am** opposed to...*” (*Чего я не одобряю...*); “***I need** your help, and **I will be** your President too*” (*Мне нужна Ваша помощь, и я стану Вашим президентом*)⁹⁵. Помимо этого, обращения от первого лица выполняют вторую функцию – они способствуют выражению высокой заинтересованности политика в судьбе своей страны. В таких высказываниях часто встречаются эмотивы – номинативы, то есть слова, которые выражают эмоции: «*Но можно с **уверенностью** сказать, что мы встретили эти проблемы достойно*» (*But it can be claimed confidently that we faced these problems with dignity*)⁹⁶; «*Это **очень хорошо**, меня это **очень радует**, когда специалисты на таком высоком уровне объединяют усилия*» (*It is **really good**, and I am **very happy** that specialists join forces at such high level*)⁹⁷; “*I stand here today **humbled** by the task before us*” (*Я стою сегодня здесь, **униженный** стоящей перед нами задачей*)⁹⁸; “*I will **never** forget who this victory **truly** belongs to*” (*Я **никогда** не забуду, кому **на самом деле** принадлежит эта победа*)⁹⁹.

Одной из важнейших стратегий, используемых политическими деятелями, является стратегия дискредитации оппонента или создание образа общего врага. В качестве языковых средств могут использоваться эмотивы – ассоциативы: “*That we are **in the midst of crisis** is now well understood*” (*Мы **находимся в самом разгаре кризиса**, и это*

⁹⁴ Там же.

⁹⁵ Obama Inaugural Address 20th January 2009 // Obama speeches. 2009. URL: <http://obamaspeeches.com/> (date of request: 21.04.2021).

⁹⁶ Ежегодная пресс-конференция Владимира Путина // Администрация Президента России. [Б. м.], 2021. URL: http://kremlin.ru/events/president/transcripts/press_conferences/by-date/17.12.2020 (дата обращения: 21.04.2021).

⁹⁷ Там же.

⁹⁸ Obama Inaugural Address 20th January 2009 // Obama speeches. 2009. URL: <http://obamaspeeches.com/> (date of request: 21.04.2021).

⁹⁹ Election Night Victory Speech Grant Park, Illinois November 4, 2008 // Obama speeches. URL: <http://obamaspeeches.com/E11-Barack-Obama-Election-Night-Victory-Speech-Grant-Park-Illinois-November-4-2008.htm> (date of request: 21.04.2021).

очевидно¹⁰⁰); «Патриотический настрой в сложный период эпидемии» (*patriotic spirit in the difficult period of the epidemic*¹⁰¹).

Множество речей как российских, так и американских политиков посвящено проблеме экстремизма и терроризма в виду актуальности данных проблем для многих стран мира. В речах политиков все чаще прослеживаются эксплицитные стратегии дискредитации с целью высокого эмоционального воздействия на адресатов. Так, Владимир Владимирович Путин не избегает использования таких слов, как «**экстремизм**» (*extremism*), «**экстремистские организации**» (*extremist organizations*), «**угроза**» (*threat*) и «**насилие**» (*violence*)¹⁰². В речах американских политиков, на которые в особенности повлияли события 9 сентября 2001 г., встречаются следующие выражения: “*there has not been a day when a terrorist organization or some radicalized individual was not plotting to kill Americans*” (ни было и дня, когда **террористическая организация** или **радикально настроенный человек** не замыслил убийства американских подданных), “*a time of war*” (**время войны**), “*to strike crippling blows against terrorist networks*” (наносить сокрушительный удары по **террористическим сетям**), “*particularly in places where our forces become a magnet for terrorists and insurgencies*” (особенно в тех местах, где наши вооруженные силы становятся местом притяжения для **террористов и мятежников**)¹⁰³.

Однако экстремизм или терроризм не являются единственными феноменами, в отношении которых политики используют стратегии дискредитации. Еще одним объектом выступают граждане, придерживающиеся реакционных взглядов. Так, можно вспомнить недавнее выражение В.В. Путина в отношении Алексея Навального, который проходил лечение в берлинской клинике в 2020 г.: «*что касается пациента берлинской клиники*» (“*as for the patient of the Berlin clinic*”). В.В. Путин использует подобные выражения по нескольким причинам. Во-первых, президент открыто подчеркивает, что не видит конкурента в Алексее Навальном. Во-вторых, с помощью такого выражения Владимир Путин подчеркивает отсутствие уважения к данному «пациенту»¹⁰⁴. Высказываясь о

¹⁰⁰ Obama Inaugural Address 20th January 2009 // Obama speeches. 2009. URL: <http://obamaspeeches.com/> (date of request: 21.04.2021).

¹⁰¹ Послание Президента Федеральному Собранию // Администрация Президента России. [Б. м.], 2021. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/65418> (дата обращения: 04.05.2021)

¹⁰² Путин утвердил новую редакцию стратегии противодействия экстремизму // Известия. [Б. м.], 2021. URL: <https://iz.ru/1017452/2020-05-29/putin-utverdil-novuiu-redaktcii-strategii-protivodeistviia-ekstremizmu> (дата обращения: 04.05.2021)

¹⁰³ Remarks by the President on the Administration's Approach to Counterterrorism // The White House. President Barack Obama. URL: <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2016/12/06/remarks-president-administrations-approach-counterterrorism> (date of request: 04.05.2021)

¹⁰⁴ Путин о Навальном: если бы хотели отравить, довели бы дело до конца // BBC news, русская служба. [Б. м.], 2021. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-55329071> (дата обращения: 04.05.2021)

недавних событиях в стране, а именно волнениях по всей стране в январе, В.В. Путин называет участников протестных акций *«те, кто раскачивал государство и общество»* (*those who rocked the state and society*)¹⁰⁵.

Не менее интересными представляются реакции американских политических деятелей на ряд общественных движений. В 2020 г. Америку захлестнула волна движения «Black Lives Matter» (BLM), которое сформировалось в результате убийства чернокожего жителя Джорджа Флойда¹⁰⁶. Так, Дональд Трамп не скрывал своего негативного отношения к движению BLM, называя его *“symbol of hate”* (*символ ненависти*)¹⁰⁷ и *“activists trying to destroy the country’s sense of self”* (*активисты, пытающиеся разрушить самосознание граждан страны*), а идеи, высказываемые участниками движения BLM, Дональд Трамп характеризует исключительно как *“toxic propaganda”* (*токсичная пропаганда*)¹⁰⁸.

Идея единства нации является ключевой в предвыборных речах большинства политиков. Существует множество способов, как идея проявляется на вербально – семантическом уровне: многократный повтор, параллельные конструкции или создание метафоры «страна – это общий дом, который строится всеми одновременно». Особенно показательным здесь является название президентской кампании Дональда Трампа в 2016 г., которое уже бывший президент Америки неоднократно повторял на различных съездах и праймериз: *“We are going to make America so great again”* (*Мы сделаем Америку снова великой*)¹⁰⁹. Президент Барак Обама является наглядным примером апеллирования к единству нации: *“but because we, the people, have remained faithful to the ideals of our forebears”* (*но потому, что мы, граждане этой страны, остались верны идеалам наших предков*); *“Today I say to you that the challenges we face are real”* (*Сегодня я хочу отметить,*

¹⁰⁵ Путин про митинги: Все имеют право выражать точку зрения в рамках закона, но нельзя приводить к раскачке общества // Фонтанка.ру, Санкт – Петербург онлайн. [Б. м.], 2021. URL: <https://www.fontanka.ru/2021/01/25/69723821/> (дата обращения: 04.05.2021)

¹⁰⁶ Почему гибель Джорджа Флойда вызвала глобальные протесты // DW. [Б. м.], 2021. URL: <https://www.dw.com/ru/pochemu-gibel-dzhodzha-floyda-vyzvala-globalnye-protesty/a-56787818> (дата обращения: 04.05.2021)

¹⁰⁷ Trump: Black Lives Matter is a 'symbol of hate' // Politico. 2021. URL: <https://www.politico.com/news/2020/07/01/trump-black-lives-matter-347051> (date of request: 04.05.2021)

¹⁰⁸ Trump goes after Black Lives Matter, 'toxic propaganda' in schools // Politico. 2021. URL: <https://www.politico.com/news/2020/09/17/trump-black-lives-matter-1619-project-417162> (date of request: 04.05.2021)

¹⁰⁹ Donald Trump: 'We are going to make America so great again'// BBC news, русская служба. 2021. URL: <https://www.bbc.com/news/av/election-us-2016-35537831> (date of request: 07.05.2021)

что проблемы, с которыми **мы** сталкиваемся, реальны); “I thank President Bush for his service to **our nation**” (Я благодарю президента Буша за службу **нашей нации**)¹¹⁰.

Российские президенты не пренебрегают идеей единства в своих выступлениях. Одной из самых запоминающихся речей В.В. Путина является его выступление на митинге - концерте в Севастополе, посвященному четвертой годовщине референдума о статусе Крыма. Обращаясь к народу по проблеме развития Крыма, Владимир Путин сказал: «**И мы обязательно все сделаем, потому что когда мы вместе — мы огромная сила, способная решать самые сложные задачи**» (And **we** will definitely do everything, because when **we are together, we are huge force** capable of solving the most difficult tasks)¹¹¹. При обращении к Федеральному Собранию в 2020 г. президент подчеркивал имеющуюся связь между единством народа и исторической судьбой России: «**Судьба России, её историческая перспектива зависит от того, сколько нас будет**» (The fate of Russia, its **historical perspective** depends on the size of **our population**); «Сегодня нас почти 147 миллионов человек» (Today, **there are almost 147 million people** in Russia)¹¹².

Таким образом, лингвистические особенности предвыборного дискурса широко применяются политическими деятелями в своих выступлениях. Основными средствами остаются: использование местоимений в единственном и множественном числах (например, я или мы); использование существительных или прилагательных, которые отличаются высокой эмоциональной окраской и усиливают эффект от речи политика; использование модальных глаголов.

2.3 Проблема перевода текстов предвыборных выступлений

Переводчику необходимо осваивать особенности политического дискурса как минимум на двух рабочих языках. Сюда, помимо выше перечисленных особенностей, относятся политическая ситуация в стране и политические взгляды автора, так как именно данные факторы влияют на порождение и восприятие его речи.

Переводчик сталкивается с переводом политического дискурса устно и письменно. Сюда относится перевод на политических переговорах, перевод выступлений политических лидеров, перевод мемуаров и блогов политических деятелей, перевод блогов политических деятелей, перевод новостей с иностранного языка, перевод или

¹¹⁰ Inaugural Address By President Barack Hussein Obama // The White House. President Barack Obama. URL: https://obamawhitehouse.archives.gov/realitycheck/the_press_office/President_Barack_Obamas_Inaugural_Address (date of request: 07.05.2021)

¹¹¹ «Вместе мы – сила»: Путин выступил на митинге в Севастополе // Regnum. [Б. м.], 2021. URL: <https://regnum.ru/news/polit/2390420.html> (дата обращения: 07.05.2021)

¹¹² Послание Президента Федеральному Собранию // Администрация Президента России. [Б. м.], 2021. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/62582> (дата обращения: 07.05.2021)

редактирование интервью или стенограмм переговоров для последующей их публикации¹¹³.

Большинство работ отечественных ученых, в которых рассматривались трудности, с которыми сталкиваются переводчики при переводе текстов политического дискурса, относятся к коммуникативно-функциональному подходу. Отечественные исследователи, в частности Н. Э. Аносова, М. Ю. Бродский и А. Н. Мамедов отмечают важность коммуникативной ситуации, в которой происходит перевод, ведь в ней пересекается деятельность разноязычных коммуникантов¹¹⁴. Данные исследователи полагают, что при переводе переводчику также необходимо руководствоваться задачами инициатора перевода, так как перевод необходим ему для их достижения. Цель же перевода определяется спецификой той коммуникативной ситуации, в которой он осуществляется. Н. Э. Аносова, М. Ю. Бродский и А. Н. Мамедов также предупреждают о несовпадении функции текста перевода в принимающей стране с функцией текста оригинала в исходной культуре.

При обращении к проблемам перевода текстов политического дискурса особо интересной представляется позиция М. Ю. Бродского. Данный исследователь один из немногих, кто обращается к текстологическим аспектам перевода с целью выделения особо сложных типов информации, содержащихся в тексте и представляющих особую трудность при переводе. По мнению автора, именно эмоциональная информация представляет собой особую трудность для многих переводчиков, так как содержит определенные стилистические приемы, например, метафоры, гиперболы, неологизмы, аллюзии или отклонения от литературной нормы. Автор отмечает, что количество подобной информации особо высоко в предвыборных выступлениях политика¹¹⁵.

Большинство отечественных и зарубежных исследователей сходятся во мнении, что основную трудность при переводе текстов политического дискурса представляет наличие в них большого количества метафор. Метафоры наблюдаются в данных текстах, так как политический дискурс никогда не бывает нейтральным, по мнению А. Н. Мамедова¹¹⁶. Политическому дискурсу свойственна пристрастность и акцентирование на оценочных суждениях коммуникантов. В основе метафор скрыты культурно-национальные особенности, которые способствуют достижению желаемого прагматического эффекта на слушающего. В каждом языке существуют свои метафорические переносы. Так, в

¹¹³ Бродский М. Ю. Политический дискурс и перевод // Политическая лингвистика. 2011. №. 1. С. 104.

¹¹⁴ Там же.

¹¹⁵ Там же. С. 104.

¹¹⁶ Мамедов А. Н. Трудности при переводе текстов общественно-политической тематики // Вестник российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2013. №. 1. С. 63.

немецком языке основанием для метафорического переноса зачастую выступают названия животных. Например, глупость олицетворяют такие животные, как Rindvieh «крупный рогатый скот»¹¹⁷. М. Ю. Бродский в свою очередь отмечает, что английский язык, будучи статистическим языком, имеет большее количество метафор, нежели русский язык, так как метафоры образуются проще в английском языке¹¹⁸. Основные трудности при переводе метафор возникают тогда, когда концепция метафор не совпадает в языках. Неверный перевод метафоры может повлечь серьезную ошибку в политическом дискурсе, так как есть возможность искажения коммуникативной установки автора текста или высказывания¹¹⁹. В качестве примера несовпадения метафор М. Ю. Бродский приводит следующее выражение: *Conservatives understand that morality and the family are at the heart of their politics, as they are at the heart of most politics*. Автор поясняет, что слово «heart» обычно переводится на русский язык как «душа». Однако в приведенном выше предложении приходится использовать прием демегафоризации, что приводит к переводу «основы политики»¹²⁰.

Отечественные исследователи, в частности М. Ю. Бродский, А. Н. Мамедов и Н. Э. Аносова сходятся во мнении, что в английском языке особо важными метафорами, которые зачастую встречаются в политическом дискурсе, являются метафоры спорта и охоты. А. Н. Мамедов подчеркивает их важность и для немецкого языка. Спортивно-игровые метафоры обладают важной особенностью для политического дискурса – это упрощение сложных феноменов политики для обычных наблюдателей. О важности данных метафор рассуждают не только отечественные исследователи, но и успешные переводчики, например, П. Р. Палажченко, который являлся переводчиком М. С. Горбачева. Профессиональный переводчик вынужден учить большое количество фразеологизмов из области спорта. Для английского языка таким видом спорта является бейсбол¹²¹. В качестве примеров таких метафор можно привести следующие: «neck and neck» – «наравне», «the ball is in your court» – «очередь за вами». В немецком языке существуют следующие спортивные метафоры: der Erdrutschsieg – сокрушительная, ошеломляющая победа, das Kopf-an-Kopf-Rennen – гонка, (предвыборная) борьба с небольшой разницей в количестве голосов, im Wählerreservoir fischen – выуживать голоса избирателей¹²².

¹¹⁷ Там же. С. 64.

¹¹⁸ Бродский М. Ю. Политический дискурс и перевод // Политическая лингвистика. 2011. №. 1. С. 105.

¹¹⁹ Баранов А. Г. Введение в прикладную лингвистику. Текст. 3-е изд. 2007. С. 155-156.

¹²⁰ Бродский М. Ю. Политический дискурс и перевод // Политическая лингвистика. 2011. №. 1. С. 105.

¹²¹ Там же. С. 106.

¹²² Мамедов А. Н. Трудности при переводе текстов общественно-политической тематики // Вестник российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2013. №. 1. С. 64.

Зарубежные исследователи, в частности Петр Дворак, исследуют не только понятие «метафоры» в своих работах, а также рассуждают о различных подходах к переводу метафор. Основной трудностью перевода Петр Дворак видит проблему эквивалентности метафор в различных языках, ведь метафора это фигура речи, используемая не только в коммуникации и являющаяся частью языковой системы, но и одновременно являющаяся частью культуры¹²³. Таким образом, зарубежный исследователь поддерживает мнение А. Н. Мамедова о культурно-национальных особенностях метафор. Другая проблема перевода метафор относится к стратегиям перевода. Петр Дворак задается вопросом: «Существуют ли универсальные стратегии перевода метафор, или ее перевод является поводом для творчества переводчика?»¹²⁴.

Изучая проблему эквивалентности метафор и их перевода, автор выделяет 4 основных подхода, существующих в зарубежной лингвистике с 1960-х годов:

- 1) Метафоры не переводимы. Перевод метафоры с одного языка на другой приводит к возникновению новой метафоры.
- 2) Метафоры полностью переводимы. При переводе метафоры с одного языка на другой всегда представляется возможным найти ее эквивалент в языке перевода.
- 3) Метафоры переводимы, однако их перевод характеризуется высокой степенью межязыковой неэквивалентности.
- 4) Метафоры переводимы, однако степень интерпретации метафоры будет зависеть от типа текста и иных факторов¹²⁵.

Таким образом, подходы к проблеме переводимости метафор отличаются у зарубежных и отечественных исследователей. В проанализированных работах отечественных ученых не упоминается подход, утверждающий, что метафоры не переводимы. Исследователи придерживаются подхода, по которому метафоры полностью переводимы, и в языке перевода всегда представляется возможным найти эквивалент той или иной метафоры. В работах зарубежных исследователей также упоминается разработка универсальных стратегий перевода метафор, которыми могли бы пользоваться переводчики.

Следующим феноменом, который однозначно вызывает большое количество трудностей при переводе, является прецедентные феномены (ПФ). Прецедентные феномены – это такие языковые единицы, которые являются знакомыми любому члену

¹²³ Dvořák P. Translating Metaphors within Political Discourse: The Case of EU : diss. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, 2012. P. 10.

¹²⁴ Ibid. P. 11.

¹²⁵ Ibid. P. 12.

лингвокультурного сообщества¹²⁶. В широком понимании ПФ представляют собой широко известные имена, ситуации, тексты, которые легко узнаются в том или ином лингвокультурном обществе¹²⁷. Именно носители языка обладают знаниями о тех или иных ПФ, так как, даже не изучая их в рамках образовательной программы в школе, они либо где-то слышали, либо прочитали их. Поэтому знание данных феноменов является показателем принадлежности к определённой культуре. Ю.Н. Караулова выделяет ряд признаков, характерных для ПФ, которые осложняют их перевод. К ним относятся: эмоциональное значение феноменов; хрестоматийность (широкая общеизвестность, распространенность в обществе); неоднократная повторяемость; реинтерпретируемость (феномены способны находить свое отражение в других формах, помимо словесной)¹²⁸.

Ряд исследователей, например, М.Ю. Бродский и Э.С. Халезина, считают перевод прецедентных феноменов условным, так как большинство из них не имеет точного аналога в ЯП (языке перевода), и передача феномена осуществляется с помощью контекста коммуникативной ситуации¹²⁹. Исследователи задаются одним вопросом: возможна ли замена ПФ ИЯ на ПФ ПЯ? Если это возможно, то в каких случаях? Следующий проблема, связанная с переводом данных феноменов, заключается в отсутствии предмета или явления в действительности ЯП. Как следствие, это означает и отсутствие языкового знака для его обозначения. Таким образом, переводчик не только не в состоянии передать предметное значение, но и оказывается неспособным сохранить национальную специфику данного явления¹³⁰.

М.Ю. Бродский задается особенно важным вопросом, касающимся устного перевода: как и передать предметный смысл, и сохранить национальную специфику ПФ в условиях нехватки времени? Объяснение ПФ займет много времени, и, к тому же, может оказаться неудачным. Не всегда переводчикам предоставляется возможность проконсультироваться со словарем для выбора верного перевода. Помимо этого, редакторы словарей не успевают фиксировать новые ПФ и афоризмы политиков. В качестве примера можно

¹²⁶ Лобан Т. В. Прецедентный феномен как объект исследования // Веснік МДПУ імя І. П. Шамякіна. 2016. №2 (48). С. 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pretsedentnyy-fenomen-kak-obekt-issledovaniya> (дата обращения: 07.05.2021).

¹²⁷ Бродский М. Ю. Политический дискурс и перевод // Политическая лингвистика. 2011. №. 1. С. 106.

¹²⁸ Назарова Р. З., Золотарев М. В. Прецедентные феномены: проблемы дефиниции и классификации прецедентных феноменов // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2015. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pretsedentnye-fenomeny-problemy-definitcii-i-klassifikatsii-pretsedentnyh-fenomenov> (дата обращения: 07.05.2021).

¹²⁹ Халезина Э.С. Способы перевода прецедентных феноменов в англоязычном художественном тексте. [Б. м.], 2017. URL: <http://elibrary.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/1396/%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20%20.pdf?sequence=1> (дата обращения: 07.05.2021)

¹³⁰ Там же.

привести такие афоризмы, как «*evil empire*» (*империя зла*)¹³¹, которую президент Рейган использовал в отношении СССР или «*iron curtain*» (*железный занавес*)¹³², введенный У. Черчиллем в своей Фултонской речи. Российский президент В.В. Путин особо известен переводчикам своими афоризмами: «*мочить в сортире*» (*to drown in the outhouse*)¹³³, «*вольно*» (*at ease*)¹³⁴, «*Донбасс порожняк не гонит*» (*Donbass doesn't talk non-sense*)¹³⁵.

И российские, и американские политики прибегают к использованию ПФ, которые отражают ценностные установки народа и современные проблемы страны. Так, по мнению переводчика П.Р. Палажченко, каждый американец назовет три текста, являющихся столпом американского общества и демократии: Декларация независимости, государственный гимн и Геттис-бергская речь президента Линкольна¹³⁶. Выдержки из подобных прецедентных текстов часто встречаются в публичных выступлениях, в особенности предвыборных речах¹³⁷. Так, в речи Барака Обамы в память о Марше на Вашингтон содержится множество отсылок на великую речь Мартина Лютера Кинга «I have a dream», которая до боли знакома каждому американцу, но не произвела бы никакого впечатления на русскоязычного читателя: “*What King was describing has been the dream of every American*” (*То, о чем говорил Кинг, было мечтой каждого американца*); “*They dared to dream different and to imagine something better*” (*Они осмелились мечтать об ином и представлять нечто лучшее*)¹³⁸. Политические лидеры России также используют ПФ в своих выступлениях. Анализируя речи В.В. Путина на предмет прецедентных текстов, представляется возможным выявить те литературные и сакральные произведения, на которые опирается президент. Так, во время «Прямой линии» В.В. Путин использовал цитату из трагедии А.С. Пушкина «Борис Годунов», чьи литературные

¹³¹ RONALD REAGAN, “EVIL EMPIRE SPEECH” (8 MARCH 1983) // Voices of democracy. The U.S. Oratory Project. URL: <https://voicesofdemocracy.umd.edu/reagan-evil-empire-speech-text/> (date of request: 07.05.2021)

¹³² The Sinews of Peace (‘Iron Curtain Speech’) // International Churchill Society. 2021. URL: <https://winstonchurchill.org/resources/speeches/1946-1963-elder-statesman/the-sinews-of-peace/> (date of request: 07.05.2021)

¹³³ Путин признался, что переживал из-за своей фразы "мочить в сортире" // Интерфакс. [Б. м.], 2021. URL: <https://www.interfax.ru/russia/199457> (дата обращения: 07.05.2021)

¹³⁴ Переводчики Путина раскрыли неперебиваемые фразы президента // Kazanfirst. [Б. м.], 2021. URL: <https://kazanfirst.ru/news/511330> (дата обращения: 07.05.2021)

¹³⁵ Путин: Донбасс порожняк не гонит // Газета.ru. [Б. м.], 2021. URL: https://www.gazeta.ru/politics/news/2019/12/19/n_13833140.shtml (дата обращения: 07.05.2021)

¹³⁶ Палажченко, П.Р. Мой несистематический словарь (Из записной книжки переводчика) [Текст] / П.Р. Палажченко. 2-е изд. [Москва], 2002. С. 211.

¹³⁷ Аносова Н. Э. Проблемы перевода англоязычного политического дискурса СМИ // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Общество. Коммуникация. Образование. 2013. №. 172. С. 221.

¹³⁸ FULL TRANSCRIPT: President Obama’s speech on the 50th anniversary of the March on Washington // The Washington Post. 2021. URL: https://www.washingtonpost.com/politics/transcript-president-obamas-speech-on-the-50th-anniversary-of-the-march-on-washington/2013/08/28/0138e01e-0ffb-11e3-8cdd-bcdc09410972_story.html (date of request: 08.05.2021)

произведения известны любому гражданину России со школьной скамьи: «Вы знаете, у нас всегда в России есть такое выражение: «**Тяжела ты, шапка Мономаха**»» (You know, we say in Russia: “**Crowns have cares**”)¹³⁹. Данная цитата была использована, чтобы напомнить народу о том грузе, который лежит на плечах главы государства. Во время «Прямой линии» в 2015 г. президент в своей речи использовал текст песни: «У нас, конечно, люди по-особому относятся к военным, и правильно. Женщины очень любят военных. Знаете, известные всякие шуточные песенки: «**Я люблю военных – красивых, здоровенных**»» (We, of course, have a special attitude towards military men, and that’s right. Women are very fond of military men. You know, a famous comic song: “**I love military men-beautiful, burly**”)¹⁴⁰.

Следующим интересным феноменом, с которым сталкиваются переводчики при переводе текстов политического дискурса, в том числе предвыборных выступлений, является игра слов. В лингвистике не сложилось единого определения понятия «игра слов» или «каламбур», однако ряд авторов, таких как А. С. Идиатуллина и О. Д. Кузьмина сходятся во мнении, что «игра слов» это стилистический оборот речи, основанный на комическом использовании одинаково звучащих слов или сходно звучащих слов, либо разных значений одного и того же слова¹⁴¹.

Существует несколько классификаций каламбуров. Фонетическая классификация характеризуется преобладанием звуковой стороны над смысловой. В лексической группе каламбуров встречаются разные типы игр слов, которые основываются на обыгрывании не только слов, но и многозначности, омонимии, антонимии и т.д. Фразеологические каламбуры включают в себя обыгрывание отдельных компонентов устойчивых выражений.

Многие каламбуры считаются непереводаемыми, либо трудно переводаемыми. Для адекватного перевода игры слов переводчику необходимо иметь представление о сущности каламбура. Исследователь Н. Галь придерживается мнения, что, если переводчик признает собственное бессилие при переводе игр слов, то он ставит под сомнение собственную компетенцию¹⁴².

¹³⁹ Прямая линия с Владимиром Путиным // Администрация Президента России. [Б. м.], 2021. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/20796/work> (дата обращения: 08.05.2021)

¹⁴⁰ Прямая линия с Владимиром Путиным 2015, 30 - Сложная ситуация: муж и собака // LingQ. [Б. м.], 2021. URL: <https://www.lingq.com/it/lesson/30-slozhnaia-situatsiia-muzh-i-sobaka-538949/> (дата рождения: 08.05.2021)

¹⁴¹ Идиатуллина А. С., Кузьмина О. Д. Особенности перевода игры слов в заголовках современной англоязычной прессы // А. С. Идиатуллина, О. Д. Кузьмина. URL: https://kpfu.ru/staff_files/F947185690/Idiatullina.A.S._Kuzmina.O.D..pdf (дата обращения: 17.05.2021)

¹⁴² Галь Н. Слово живое и мертвое. [Москва], 2001. URL: http://dramafond.ru/wp-content/uploads/2014/12/Nora_Gal_Slovo_zhivoe_i_mertvoe.pdf (дата обращения: 17.05.2021)

А.С. Идиатуллина отмечает, что дословный перевод игр слов невозможен, так как в них содержится замысел автора, который переводчик обязан передать. Для этого он в праве использовать любые приемы вплоть до выдумывания собственного каламбура. Переводчик сам принимает решение, что важнее при переводе того или иного каламбура: передать содержание без игры слов или сохранить каламбур, отклонившись от точного значения выражения.

Выступления Барака Обамы наполнены множеством языковых средств, заслуживающих внимания. В своих речах он также использует различные каламбуры. Так, обращаясь к нации в связи с Днем Благодарения Барак Обама употребил следующий оборот речи: *“Tater is here just in case **Tot** can't fulfill his duties. He's sort of like **the Vice Turkey**. We're working on getting him a pair of aviator glasses.”* Дело в том, что организаторы выступления президента привели живую индюшку на место проведения мероприятия. В данном каламбуре президент США говорил об индюшке, которая может заменить его вице-президента, Джо Байдена. Следующий каламбур связан с желанием Барака Обамы познакомиться лично с индюшками, которые прошли долгий путь для того, чтобы быть съеденными: *“I want to take a moment to recognize **the brave turkeys who weren't so lucky, who didn't get to ride the gravy train to freedom, who met their fate with courage and sacrifice, and proved that they weren't chicken**”*¹⁴³. Бывший президент США использует игру слов не только при обращении к народу, но и в официальных выступлениях перед Конгрессом. Так, во время обращения к Конгрессу по проблемам сельского хозяйства, Барак Обама сказал следующее: *“We got rid of one rule from 40 years ago that could have forced some dairy farmers to spend \$10,000 a year proving that they could **contain a spill**, because **milk was somehow classified as an oil**. With a rule like that, I guess it was worth crying **over spilled milk**.”* Данный каламбур по своему смыслу похож на каламбур про «сбежавшее молоко» в русском языке¹⁴⁴.

Выступления В. В. Путина притягивают внимание множества журналистов по всему миру в виду уникальных и ярких выражений, которые использует президент. Президент не оставляет без внимания различного рода шутки и каламбуры, которые впоследствии украшают заголовки новостных изданий по всему миру. В 2006 г. на встрече с представителями СМИ стран большой восьмерки, Путин использовал следующий каламбур: *«Если бы у бабушки были определенные половые признаки, она была бы*

¹⁴³ All of the Glorious Puns in President Obama's Final Turkey Pardon Speech// Bazaar. URL: <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/news/a19019/barack-obama-turkey-pardoning-speech-puns> (date of request: 19.05.2021)

¹⁴⁴ The 7 Types of Jokes in Obama's State of the Union Addresses// Time. URL: <https://time.com/3664609/obama-state-union-humor-jokes/> (date of request: 19.05.2021)

дедушкой» (“*If grandmother had male sexual characteristics, she would be grandfather*”)¹⁴⁵.

Следующий каламбур, который вызвал активные споры среди переводчиков и представителей СМИ был озвучен в 2019 г.: «*Надо было сказать честно. В 2002 году они вышли из ПРО по-честному. Наше отношение к этому – другой вопрос. И здесь надо было так поступить. А США сами все нарушают, ищут оправдания, назначают виновных. Самеллиты аккуратненько подхрюкивают американцам*». Многие печатные издания предлагали свои варианты перевода слова «*подхрюкивать*»: “*grunt along*” и “*the quiet voice of the pigs*”¹⁴⁶.

Пост колониальное прошлое западного общества, движения за права женщин и различных меньшинств, борьба за равноправие привели к значительным языковым изменениям в английском языке. На сегодняшний день множество языков подвержено таким изменениям, в том числе, и русский язык. Вследствие этого, представляется возможным выделить еще одну трудность при переводе текстов предвыборных выступлений – парадигма политкорректности. Политкорректность – это культурная и языковая тенденция, нацеленная на замену устоявшихся терминов, могущих задеть чувства и достоинство того или иного индивидуума эмоционально нейтральными и/или положительными эвфемизмами¹⁴⁷. Некоторые авторы, как М.Ю. Бродский, объясняют появление данного феномена именно пост колониальным прошлым Запада. Политкорректность является своего рода попыткой загладить свою вину перед странами, которым Европа нанесла вред своими действиями¹⁴⁸.

Одним из наиболее частых явлений является избегание употребления слова «негр» в своих выступлениях американскими президентами. В 2016 г. Дональд Трамп во время своего интервью с одним из новостных изданий решил сообщить о том, как В.В. Путин называл Барака Обаму негром. Для того, чтобы не использовать данное слово напрямую, бывший президент Америки сказал: “*He mentioned **the N-word** one time. I was shocked to hear him mention **the N-word**. No. 1, he doesn’t like him. And No. 2, he doesn’t respect him*”¹⁴⁹ (Он упомянул слово на букву «н». Я был шокирован, когда услышал, как однажды он произнес слово на букву «н». У него полностью отсутствует уважение к Обаме, и он его не любит). Таким образом, слово «негр» было заменено на политкорректное «N-word».

¹⁴⁵ "ТИХИЙ ГОЛОС СВИНЬИ": НЕПЕРЕВОДИМАЯ ИГРА СЛОВ ПУТИНА 19 ЛЕТ СТАВИТ В ТУПИК ИНОСТРАНЦЕВ// Первый русский. [Б. м.], 2021. URL: https://tsargrad.tv/news/tihij-golos-svini-trudnosti-perevoda-frazy-putina-ozadachili-inostrancev_185456 (дата обращения: 19.05.2021)

¹⁴⁶ Там же.

¹⁴⁷ Беляков А. В., Матвейчев О. А. Большая актуальная политическая энциклопедия. [Москва], 2009.

¹⁴⁸ Бродский М. Ю. Политический дискурс и перевод // Политическая лингвистика. 2011. №. 1. С. 107.

¹⁴⁹ Trump implies Putin called Obama the N-word // The Hill. 2021. URL: <https://thehill.com/blogs/ballot-box/presidential-races/289470-trump-implies-putin-used-the-n-word-when-talking-about> (date of request: 21.05.2021)

Однако в своих речах российский президент В.В. Путин также придерживается политически корректных выражений в отношении чернокожего населения. Так, обсуждая борьбу чернокожего населения США за свои права, В.В. Путин отметил следующее: *«Мы всегда, еще в Советском Союзе и в современной России, с большой симпатией относились к борьбе **афроамериканцев** за свои естественные права»* (We, back in the Soviet Union and in modern Russia, have always been very sympathetic to the struggle of **African Americans** for their natural rights)¹⁵⁰. Для обозначения чернокожего населения Америки президент выбрал нейтральное «афроамериканцы».

Политкорректные выражения связаны не только с национальностью человека, но и с его социальным положением. Владимир Путин не использует выражения, напрямую означающие материальное положение человека. Находясь на форуме «Давосская повестка дня 2021» 27 января 2021 г. В.В. Путин рассказывал об основных задачах, которые стоят перед Россией в настоящее время. В качестве одной из них президент затронул проблему бедности и ее развитие за рубежом: *«Если взять уровень дохода в 5,5 доллара на человека в сутки (по паритету покупательной способности), то по оценкам Всемирного банка, в Китае, например, число людей с более низкими доходами сократилось с 1,1 миллиарда в 1990 году до менее 300 миллионов в последние годы»* (If we take an income level of \$ 5.5 per person per day (at purchasing power parity), the World Bank estimates that in China, for example, the number of **people with lower incomes** has fallen from 1.1 billion in 1990 to less than 300 million in recent years)¹⁵¹. Вместо использования таких выражений, как «бедняки» или «бедное население», Владимир Путин выбрал более корректное выражение «люди с более низкими доходами».

Однако наряду с использованием поликорректной лексики в отношении людей разных национальностей или социального положения, В.В. Путин не скрывает своего отношения к ЛГБТ меньшинствам. Российский президент отмечает, что к сексуальным меньшинствам в стране относятся ровно и непредвзято, но, выражая свое мнение о наличии различных гендеров, президент отмечает непонимание данного процесса: *«Шесть или пять полов **напридумывали**. Трансформеры, транс (гендеры)... я даже не понимаю, что это такое. Дай бог здоровья всем! [...] Надо уважать, но нельзя навязывать»* (Six or five sexes **were made up**. **Transformers, trans (genders)**... **I don't even know what they are**. May God grant health to all of them [...] It is necessary to respect, but it is

¹⁵⁰ Путин прокомментировал борьбу чернокожих за свои права // Lenta.ru. [Б. м.], 2021. URL: <https://lenta.ru/news/2020/06/14/putinvv/> (дата обращения: 28.05.2021)

¹⁵¹ Путин назвал борьбу с бедностью главной задачей России // Ведомости. [Б. м.], 2021. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/news/2021/01/27/855680-putin-nazval-borbu-s-bednostyu-glavnoi-zadachei-rossii> (дата обращения: 28.05.2021)

impossible to impose). Во-первых, президент использует глагол «напридумывали», как будто пытается показать несущественность данного феномена общественной жизни. Во-вторых, президент ставит в одну линию трансформеров и трансгендеров, что является некоторым высмеиванием людей, которые идентифицируют себя с другим полом¹⁵².

Невозможно представить перевод текстов политического дискурса без грамматических трансформаций, которые могут быть представлены в виде частичной или полной трансформации предложения. Грамматические трансформации обусловлены различием в грамматическом строе языков. Например, в русском языке отсутствует понятие герундия, в отличие от английского. Также частично не совпадают понятия залога, категории числа, форма инфинитива и причастия. В следствие этого, применяются различные трансформации: замена форм слова, частей речи или целых членов предложения, членение или объединение предложений, или перестановка членов предложения. Так, в английском языке главная информация обычно находится в передней части предложения, когда в русском языке в начало выносят обстоятельства места и времени, а затем сказуемое и подлежащее¹⁵³.

Перевод на русский язык знаменательной речи Барака Обамы 5 ноября 2008 г. грамматически отличается от оригинала на английском языке. Например, сравним отрывок из речи с его переводом на русский язык: *«It's the answer told by lines that stretched around schools and churches in numbers this nation has never seen, by people who waited three hours and four hours, many for the first time in their lives, because they believed that this time must be different, that their voices could be that difference»*¹⁵⁴» (*Это ответ всем, по всем школам и церквям, вы помните эти очереди? Три-четыре часа стояли, чтобы проголосовать, многие голосовали впервые в жизни, потому, что они верили, что на этот раз будет разница, что на этот раз их голос может внести эту разницу*¹⁵⁵). Во-первых, в русском языке данное предложение было разделено на 2 для удобства и ясности перевода. Во-вторых, в переводе произошло опущение ряда выражений, например, **“told by lines that stretched”**, **“in numbers this nation has never seen”**, **“by people who”**; замена одной части речи на другую, например, прилагательного **“different”** на существительное

¹⁵² Путин — о ЛГБТ: «Трансформеры, транс (гендеры)...Дай бог здоровья всем!»// ZNAK. [Б. м.], 2021. URL: https://www.znak.com/2019-06_29/putin_o_lgbt_transformery_trans_gendery_day_bog_zdorovya_vsem (дата обращения: 28.05.2021)

¹⁵³ Крицкая Е. В. Грамматические аспекты перевода общественно-политических текстов. 2018. С. 136.

¹⁵⁴ U.S. ELECTIONS | Guide to the 2008 Election// US Department of state. URL: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/475730004f018b46b2a2f63170baead1/AmericaGov_ObamaVictorySpeech-McCainConcessionSpeech.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=475730004f018b46b2a2f63170baead1 (date of request: 28.05.2021)

¹⁵⁵ ТОРЖЕСТВЕННАЯ РЕЧЬ БАРАКА ОБАМЫ 5 НОЯБРЯ 2008 Г. // Интелрос. [Б. м.], 2021. URL: <http://www.intelros.ru/subject/discourses/2988-torzhestvennaja-rech-baraka-obamy-5.html> (дата обращения: 28.05.2021)

«разница»; добавление слов для расширения контекста ситуации, например, “*many for the first time*” было преобразовано в «*многие голосовали впервые в жизни*».

Л.С. Бархударов отмечает, что при замене порядка слов в предложении зачастую меняются и формы слова, части речи, типы синтаксической связи т.п. По мнению исследователя, самый распространенный тип замен — замена категории числа существительного, так как данные категории не совпадают полностью¹⁵⁶: “*This party, compelled for a time to stand virtually alone in its **struggles***” (*Наша партия, которая долгое время вела **борьбу** в одиночку*). В ряде случаев такая замена диктуется нормами языка перевода, например, перевод слова “*activities*” как «*деятельность*». Замен части речи также может быть обусловлена отсутствием части речи с необходимым значением в русском или английском языке. Английский язык характеризуется глагольным выражением, а в русском языке преобладает выражение с помощью существительного. Так, сообщая о новостях партии, французский политик сообщил: “*The party is still struggling to find a strategy **to overcome** its humiliating defeat in the 2002 elections*” (*Партия по-прежнему пытается найти пути **преодоления** унижительного поражения на выборах 2002 года*)¹⁵⁷.

В ряде случаев наличие перфектных форм в английском языке стирает разграничение между действием в прошлом и настоящем. Помимо этого, в условных предложениях времени и условия в английском языке необходимо использовать настоящее время, как в русском языке следует использовать будущее, что такое осложняет перевод текста. В качестве примера можно привести слова В.В. Путина, который рассуждал о национализме в России: «*Если мы подумаем с этой точки зрения на эту **проблему**, то мы поймем, что пещерный национализм, лозунг которого «Россия только для русских», только вредит русским, только вредит России и способствует ее раскачке изнутри*» (*If we think about the problem from this point of view, we will understand that caveman nationalism, the slogan of which is "Russia is only for Russians", harms Russia and contributes to the rocking of the country*). В данном предложении его первая часть в русском языке была выражена с помощью будущего времени, которое, согласно правилам английского языка, было заменено на настоящее время в английском языке¹⁵⁸.

При переводе текстов с русского языка на английский и наоборот следует учитывать и тип связи, который связывает предложение. По мнению исследователя Л.С. Бархударова,

¹⁵⁶ Крицкая Е. В. Грамматические аспекты перевода общественно-политических текстов. 2018. С. 137.

¹⁵⁷ French Socialist Party split over presidency// The New York times. URL: <https://www.nytimes.com/2006/08/27/world/europe/27iht-france.html> (date of request: 28.05.2021)

¹⁵⁸ Путин рассказал о вреде лозунга «Россия только для русских// Ведомости. [Б. м.], 2021. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/news/2021/02/17/858286-o-vrede-lozunga-rossiya-tolko-dlya-russkih> (дата обращения: 28.05.2021)

в русских предложениях преобладает сочинительная связь, а в английских – подчинительные конструкции. Таким образом, при переводе на русский язык предложения с подчинительной связью часто заменяются на предложения с сочинительной связью. В дополнение к данной трансформации, бессоюзная связь часто может быть заменена на союзную¹⁵⁹. В качестве примера представляется возможным привести следующее предложение: “*Had the decision been taken in time, this would never have happened*” (*Если бы решение было принято своевременно, это никогда бы не произошло*).

Таким образом, применение тех или иных трансформаций зависит не только от индивидуального стиля переводчика, но и его умения преодолевать несоответствия между английским и русским языками. Из-за наличия большого количества особенностей каждого языка наложение одного на другое невозможно, что обуславливается иным порядком слов и различным расположением частей предложений. Данные языковые различия вызывают необходимость грамматических трансформаций, наиболее частыми из которых являются изменение порядка слов, замена частей речи в предложении, замена залога, а также членение или стяжение предложений.

¹⁵⁹ Крицкая Е. В. Грамматические аспекты перевода общественно-политических текстов. 2018. С. 139.

Выводы по главе 2

В данной главе было рассмотрено понятие «политического дискурса», которому было дано следующее определение: совокупность «всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом. В качестве основных характеристик представляется возможным выделить следующие: неоднозначность и двойственность, наличие большого терминологического аппарата, специфичное использование языковых знаков повседневной речи и языковое оформление письменных текстов и устных выступлений. Дополнительными чертами, которые выделяют ряд исследователей, являются глобальность, публичность, медийность, многоязычие, интерцивилизованность и дисгармоничность. Политический дискурс обладает множеством жанров, которые носят гибридный характер. Исследователи-лингвисты испытывают трудности при разработке классификаций жанров политического дискурса в виду наличия большого количества социальных акторов, каждый из которых преследует собственные цели.

Одним из жанров политического дискурса является предвыборный дискурс. Тексты предвыборного дискурса наполнены общественно – политической лексикой, образными средствами, словами с переносными значениями и словами с ярко выраженной эмоциональной окраской. В своих выступлениях политические деятели используют огромное количество языковых средств с целью оказать влияние на электорат. Для реализации стратегии самопрезентации во многих случаях характерно использование формулировок от первого лица; стратегия дискредитации оппонента или создание образа общего врага реализуется с помощью эмотивов – ассоциативов; стратегия единства нации является ключевой и проявляется на вербально – семантическом уровне с помощью многократных повторов или параллельных конструкций.

Тексты политического дискурса, в том числе предвыборные выступления, представляют большую сложность для перевода не только ввиду необходимости фоновых знаний переводчика о происходящем на политической арене во всем мире, но и использования широкого спектра языковых средств политическими деятелями. В изученных работах ряда исследователей отмечается, что наибольшую сложность при переводе представляют метафоры, так как они содержат в себе культурно-национальную специфику. Далее следуют прецедентные феномены - известные имена, ситуации, тексты, которые легко узнаются в том или ином лингвокультурном обществе. Их сложность заключается в виде невозможности точного и полного перевода в ПЯ из-за отличий картин мира разных наций и народов. Еще одним аспектом, который вызывает трудности у переводчиков, является игра слов. Для адекватного перевода игры слов переводчику

необходимо иметь представление о сущности каламбура. Однако многие каламбуры считаются практически непереводаемыми. Политкорректность, явление 21 века, также находит, чем удивить переводчиков. Перед ними ставится задача не только перевести текст адекватно, но и политкорректно, дабы не затронуть чувства ни одной из групп населения и не подставить политика, случайно присвоив ему ярлык «неполиткорректного деятеля». Последняя группа сложностей, рассмотренная в данной главе – грамматические трансформации, которые обусловлены разницей в строе языков. Для достижения адекватного перевода переводчику приходится использовать множество трансформаций, наиболее частыми из которых являются изменение порядка слов, замена частей речи в предложении, замена залога, а также членение или стяжение предложений.

Глава 3. Анализ перевода коммуникативных стратегий в предвыборных выступлениях

Как уже отмечалось ранее, в ходе предвыборных выступлений политические деятели преследуют ряд целей, основными из которых являются склонить электорат на голосование за свою кандидатуру, а также заполучение и удержание власти. Для достижения данных целей политики используют различные языковые приемы и средства, которые находят свое выражение в коммуникативных стратегиях и тактиках.

Цель практической части исследования заключается в выявлении примеров вербализации КС в предвыборных выступлениях российских и американских президентов на английском и русском языках.

В качестве материала на английском языке были отобраны предвыборные и программные выступления одного из самых видных политиков США, который дважды баллотировался на пост президента США – Дональда Трампа.

В качестве материала на русском языке были выбраны послания президентов Федеральному Собранию. Данные материалы были отобраны по причине того, что президенты РФ, в отличие от американских президентов, отказываются от участия в предвыборных выступлениях или дискуссиях. Помимо этого, выбранные тексты речей являются подходящими и по причине того, что любая избирательная кампания активизируется сразу после оглашения результатов прошедших выборов, так как сразу начинает формироваться и прорабатываться предвыборная стратегия потенциального кандидата в президенты, предвыборные обещания и цели возможного президентства, а также формирование положительного образа политика, как возможного президента страны. Данная кампания занимает все 4 года до следующих выборов.

3.1 Анализ перевода коммуникативных стратегий в выступлениях российских политиков

Первым источником, послужившим материалом для исследования перевода коммуникативных стратегий, стало «Послание Президента Федеральному Собранию» от 15 января 2021 г. Данное выступление В.В. Путина было посвящено множеству проблем во внутренней политике страны от проблем в области демографии до проблем с внутренним законодательством страны. Выступление президента было подробным, содержало большое количество фактической информации с конкретными датами, примерами и статистикой. Предложения, вносимые президентом, носят долгосрочный характер: ряд положений имеют срок до 1 года, в то время как другие меры были продлены на 5 лет.

В целом, выступление президента отличается некоторой категоричностью: речь Владимира Путина изобилует такими наречиями, как «необходимо», «нужно», «обязательно», «нельзя» и «невозможно». Президент лишь в крайних случаях употребляет личное местоимение «я» и чаще «мы», чтобы подчеркнуть единство и солидарность с народом, однако в некоторых предложениях данное местоимение означает отнесенность президента к государственному аппарату, то есть чиновникам. Речь В.В. Путина, хоть и в меньшей степени по сравнению с американскими президентами, изобилует яркими эмоциями, например, «острейший», «серьезный», «недостаточный» и «приличный». Как отмечалось ранее, президент старается использовать политкорректную лексику в своих выступлениях, например, «граждане с низкими доходами» вместо «бедное население страны».

В «Послание Президента Федеральному Собранию» от 15 января 2021 г. можно выделить следующие коммуникативные стратегии и тактики:

1) Стратегия рационального аргументирования, тактика – призыв к действию:

*«Нам нужно быстрее, не откладывая решать масштабные социальные, экономические, технологические задачи, перед которыми стоит страна» (“We need to address large-scale social, economic and technological tasks facing the country **more quickly and without delay**”).*

В данном высказывании скрыта еще одна стратегия – информационно – интерпретационная, тактика – признание проблемы. Об этом свидетельствует словосочетание наречия с глаголом, выражающее необходимость совершения какого-либо действия: *«Нам нужно решать» (“We need to address”)*;

«Наша историческая обязанность – ответить на этот вызов. Не только выбраться из демографической ловушки, но и к середине наступающего десятилетия обеспечить устойчивый естественный рост численности населения страны. В 2024 году коэффициент рождаемости должен быть 1,7» (It is our historic duty to respond to this challenge. We must not only get out of this demographic trap but ensure a sustainable natural population growth by 2025. The aggregate birth rate must be 1.7 in 2024).

В данном примере указанные стратегия и тактика выражаются с помощью существительных и глаголов, как *«обязанность» (“duty”)*, *«ответить» (“respond”)*, *«не только выбраться» (“must not only get out”)* и *«должен быть» (“must be”)*, которые либо указывают на определенные действия, которые необходимо выполнить, либо это слова, обладающие высокой степенью категоричности;

«Оказывая всестороннюю помощь гражданам с низкими доходами, конечно, общество и государство вправе ожидать и от них встречных шагов по решению собственных проблем, включая трудоустройство и ответственное выполнение своих обязанностей по отношению к детям и другим членам семьи» (While providing comprehensive assistance to low-income people, society and the state **have a right to expect them to take steps as well to deal with their problems, including finding employment and taking a responsible attitude to their children and other family members**).

Здесь в словах В. Путина стратегия и тактика выражены более имплицитно по сравнению с прошлыми примерами, так как выражение тактики происходит с помощью глагола в начальной форме и наречия в форме сказуемого *«вправе ожидать»* (“**have a right to expect**”), а не, например, глаголом в настоящем времени *«ожидаем»* (“**expect**”). Использование данного выражения необходимо для того, чтобы данная мера звучала не как требование президента, а как пожелание, и не только президента, а всего общества и государства, о чем сказано в отрывке.

2) Стратегия рационального аргументирования, тактика – приведение примера.

Рассуждая о демографической проблеме, ее сложности и способах разрешения, В.В. Путин сообщил следующее: *«Его особенность в том, что благодаря мерам, которые мы приняли начиная с середины 2000-х годов, нам удалось добиться положительных результатов в демографии. И даже выйти на естественный прирост населения. Потому и школьников у нас становится всё больше»* (“The measures we took starting in the mid-2000s have **had a positive effect on demography**. We have even **reached a stage of natural increase**. This is why we **have more children at schools now**”).

Данное высказывание, очевидно, содержит более 1 одной коммуникативной стратегии. Основной стратегией является информационно-интерпретационная с тактикой акцентирования внимания на положительной информации, которая выражается следующим: *«удалось добиться положительных результатов»* (“**have had a positive effect**”). Затем президент, чтобы не казаться голословным, уточняет, чего конкретно удалось добиться. Во втором предложении раскрывается стратегия создания круга своих с помощью местоимения с предлогом *«у нас»* (“**we**”). Таким образом, президент подчеркивает свое единство с народом;

«Число рождений, приходящихся на одну женщину, в 2019 году составил, по предварительной оценке, 1,5» (“**Key index showing the number of births per woman, was only 1.5 in 2019, according to tentative estimates**”).

Здесь президент приводит конкурентную статистику, а также указывает год, в который она была получена. Об этом свидетельствуют количественные числительные и указание определенного года: «**в 2019 году**» (*in 2019*) и «**1,5**».

3) Стратегия информационно-интерпретационная, тактика – признание проблемы. *«Судьба России, её историческая перспектива зависит от того, сколько нас будет (хочу содержательную часть начать именно с демографии), зависит от того, сколько детей родится в российских семьях через год, через пять, десять лет, какими они вырастут, кем станут, что сделают для развития страны и какие ценности будут для них опорой в жизни. Мы вступили в сложный, очень сложный демографический период»* (“*Russia’s future and historical perspective depend on how many of us there are (I would like to start the main part of my Address with demography), how many children are born in Russian families in one, five or ten years, on these children’s upbringing, on what kind of people they become and what they will do for the country, as well as on the values they choose as their mainstay in life. We have entered a difficult, a very difficult demographic period*”).

Данная стратегия выражена имплицитно в словах президента. Он не сообщает открыто, что в стране существует демографическая проблема, но подводит слушателей к данной мысли, манипулируя чувством долга граждан и утверждая, что ее решение зависит от нас: *«судьба России...зависит от того, сколько нас будет...»* (“*Russia’s future...depend on how many of us there are...*”). Влияние слов президента также усиливается за счет последней части *«...вступили в сложный, очень сложный демографический период»* (*...have entered a difficult, a very difficult demographic period*). В данном предложении, а также и в начале фразы, присутствуют параллельные конструкции, цель которых усиление коммуникативного воздействия на слушателя: *«зависит от того, сколько нас будет,... зависит от того, сколько детей родится...»* (“*depend on how many of us there are... how many children are born...*”). В.В. Путин успешно использует стратегию создания круга своих. Он избегает использования выражения «страна вступила в сложный...» или прямого указания на народ России. Вместо этого он использует местоимение «**мы**», которое подчеркивает солидарность президента с народом и национальное единство: *«Мы вступили в сложный...»* (“*We have entered a difficult...*”);

«Но семьи-то сейчас создают малочисленные поколения 90-х годов. Число рождений вновь падает. Вот в чём напряжённость демографического периода, через который проходит сегодня Россия» (“*However, new families are being created now by the small generation of the 1990s. And the birth rate is falling again. This is the main problem of the current demographic period in Russia*”).

В данном примере президент снова не говорит открыто о демографической проблеме, но с помощью таких словосочетаний, как «**малочисленные поколения**» (“**the small generation**”), «**число рождений...падает**» (“**the birth rate is falling**”) и ключевого «**вот в чем напряженность...**» (“**this is the main problem...**”), дает понять слушателям, что данная проблема имеет место во внутренней политике страны. В качестве причины президент указывает небольшое поколение 90-х, что также косвенно приводит к мысли о наличии данной проблемы уже в то время;

«**Но есть острейшая проблема, которая является прямой угрозой нашему демографическому будущему, – это низкие доходы значительной части наших граждан, семей**» (“**But there is a *daunting challenge* that *directly threatens* our demographic future and it is the low income of a significant part of our citizens and families**”).

Однако в данном случае можно увидеть прямое использование тактики признания проблемы, так как было использовано словосочетание в виде прилагательного в превосходной степени и существительного: «**острейшая проблема**» (“**daunting challenge**”). Для оказания еще большего психологического и коммуникативного влияния на слушателей, В.В. Путин использовал следующее словосочетание, которое выражено прилагательным и существительным «**прямой угрозой**» (“**directly threatens**”). Эти слова еще больше сгущают краски происходящего в стране и подчеркивают всю серьезность демографической проблемы.

- 4) Стратегия информационно-интерпретационная, тактика – акцентирования внимания на положительной информации (в частности, на достигнутых успехах).

«**Уровень младенческой смертности в России достиг исторического минимума. Этот показатель у нас лучше, чем даже в ряде европейских стран**» (“**The rate of infant mortality has reached a historic low. This indicator is even better than in some European countries**”).

Слова президента в данном случае направлены исключительно на демонстрацию улучшений в демографической сфере, на что особенно ярко указывает первое предложение, в котором употреблено словосочетание, выраженное глаголом совершенного вида и существительным «**достиг минимума**» (“**has reached a low**”). Значение этого достижения подчеркивается прилагательным «**исторического**» (“**historic**”), которое в сочетании со словом минимум означает рекордное значение. Во втором предложении происходит сравнение показателей по уменьшению уровня смертности младенцев с Европейскими странами, что наглядно демонстрирует применение стратегии дискредитации оппонента в виде тактики «косвенной» оценки действий оппонента

(действия политиков в Европе не привели к улучшению данного показателя), а также создания круга своих с помощью местоимения с предлогом «у нас» (отсутствует в переводе).

- 5) Стратегия информационно-интерпретационная, тактика – указание на пути разрешения проблемы.

Рассуждая о социальных, экономических и технических задачах и необходимости их решения, В.В. Путин подчеркнул, что: *«Их содержание и ориентиры отражены в национальных проектах, реализация которых требует нового качества государственного управления, работы Правительства, всех уровней власти, прямого диалога с гражданами»* (“*Their content and guidelines are reflected in the national projects, whose implementation will require a new quality of state governance and work on the part of the Government and state bodies at all levels, as well as direct dialogue with citizens*”).

В словах Владимира Путина представляется возможным увидеть способы разрешения стоящих перед страной задач, которые, однако, не выражены напрямую. В большинстве случаев президент избегает выражений наподобие «для решения данных задач необходимо». В нашем случае на конкретные решения указывают следующие словосочетания: *«нового качества государственного управления, работы Правительства, всех уровней власти, прямого диалога с гражданами»* (“*a new quality of state governance and work on the part of the Government and state bodies at all levels, as well as direct dialogue with citizens*”);

«Какие решения мы уже приняли? С января текущего года семьи, чьи доходы не превышают двух прожиточных минимумов на человека, будут получать ежемесячные выплаты на первых и вторых детей» (“*What decisions have already been made? From January 2020, families with incomes below two subsistence minimums per person will receive monthly benefits for their first and second child*”).

Выражение стратегии и тактики в данном предложении значительно отличается от предыдущего примера. В этом случае президент напрямую заявляет о разрешении существующих трудностей. На это указывают следующие слова: *«...решения мы...приняли?»* (“*...decisions have...been made?*”). Затем В.В. Путин указывает конкретные шаги, которые уже предприняты для разрешения существующей ситуации, которые выражены эксплицитно с помощью глагола в форме будущего времени и существительным *«будут получать...выплаты»* (“*will receive...benefits*”).

- 6) Стратегия создания круга своих.

Данная стратегия часто встречается в речах Владимира Путина. Прибегая к ее использованию, президент пытается подчеркнуть и усилить единство с народом, показать, что он не отличается от своего народа, а также, что ему не чужды проблемы и потребности населения страны.

«Сегодня нас почти 147 миллионов человек» (“There are nearly 147 million of us now”).

Говоря о численности населения страны, президент намеренно избегает употребления словосочетания «население страны составляет». Употребляя местоимения «нас» (“of us”), президент подчеркивает, что и сам является частью этих 147 миллионов. Данное местоимение употреблено целенаправленно, чтобы слушатели почувствовали связь с президентом нашей страны;

«Выстраивая долгосрочную политику поддержки семьи, нужно идти от конкретных жизненных ситуаций, разбираться, с какими трудностями сталкивается молодая, многодетная или неполная семья» (“As we build a long-term policy to support families, it must be based on specific life situations. We need to look closely at difficulties faced by new families, families with many children or single-parent families”).

Стратегия создания круга своих реализована в данном отрывке в виде тактики солидарности с народом. Президент понимает необходимость «поддержки семей» (“support families”) в стране и указывает, что для успешного решения существующих проблем необходимо отталкиваться от нужд семей, необходимо смотреть на ситуацию с их стороны, что выражается следующим образом: *«разбираться, с какими трудностями сталкивается...семья» (“need to look closely at difficulties faced by...families”).*

7) Стратегия эмоциональной аргументации, тактика – обвинение.

Эмоциональная аргументация, в особенности тактика обвинения, практически несвойственна речи президента Владимира Путина. Политик редко прибегает к ее использованию, лишь в случаях крайнего недовольства действиями или бездействием государственных органов.

«Уважаемые главы субъектов Федерации, дорогие мои коллеги, нельзя так работать. Ну вы чего? Это значит, что мы создали 77,7 тысячи, да и то не в полноценном режиме, имею в виду, что половина из них не может работать, а к 2021 году нужно создать 177,3» (“Governors, heads of other constituent entities, my dear colleagues, this is not how work is done. Come on! It means we have created 77,700 places that are still not fully available. Half of them cannot operate – and we must create 177,300 by 2021”).

Президент выражает недовольство работой государственных служащих. Это находит свое выражение в следующем категоричном утверждении в форме наречия в значении

сказуемого и глагола в начальной форме: *«нельзя так работать»* (“*this is not how work is done*”). Вопрос *«Ну вы чего?»* (“*Come on!*”), заданный президентом, несколько разрядил ситуацию, однако выражает недоумение президента, как такое могло произойти.

8) Стратегия эмоциональной аргументации, тактика – угрозы.

Использование данной тактики также не является типичным для президента, однако встречается в его выступлениях.

«Все действующие региональные выплаты за классное руководство должны быть сохранены, уважаемые коллеги, обращаю на это ваше внимание. И обязательно посмотрю, что происходит на практике, в жизни» (“*All current regional payments to class teachers should continue, colleagues; I am calling your attention to this. And I will definitely look at what will be happening in practice, in real life*”).

В этих словах В. Путина тактика угрозы имеет прямое выражение с помощью глагола в форме будущего времени *«посмотрю»* (“*will...look*”). Коммуникативный эффект усиливается за счет наречия *«обязательно»* (“*definitely*”). В самом выражении также ясно, кому конкретно обращена угроза: *«уважаемые коллеги»* (“*colleagues*”), под которыми президент подразумевает своих коллег-чиновников.

9) Стратегия саморекламы, тактика – использование прошлого опыта.

Говоря о финансовой помощи, которая необходима родителям, чьи дети младше 7 лет, В.В. Путин сказал: *«Тем более хорошо понимаю, что, пока дети не пошли в школу, маме зачастую трудно совмещать работу и уход за ребёнком»* (“*Especially since I realise that mothers often find it hard to combine working and caring for their children before they start school*”).

Ни для кого не является секретом факт, что В.В. Путин сам является отцом и знает, что такое воспитание и финансовое обеспечение детей. Произнося эти слова, президент основывается не только на статистических данных, например, но и на личном жизненном опыте воспитания детей. Особенно, это подчеркивает словосочетание в форме наречия и глагола в настоящем времени, использованное президентом: *«хорошо понимаю»* (“*realise*”);

«Да, мне говорят: даже в советское время с его широкой социальной программой поддержки граждан не было такой меры поддержки. Но и расслоения в обществе тогда такого не было. Я думаю, что эта мера будет оправданной» (“*Yes, they tell me that these benefits were not available even during the Soviet period, when there was large-scale social support for the people. But there was no great social stratification at that time either. I believe that this measure will be justified*”).

Президент В.В. Путин застал период, когда в нашей стране существовал советский режим и власть. Он жил в советском обществе, и поэтому знает точно, как оно было устроено и функционировало. Поэтому данная тактика проявилась здесь в предложении «...*расслоения в обществе...такого не было*» (“...*there was no great social stratification...*”). Основываясь на собственном опыте в данном вопросе, президент предполагает («*Я думаю*» (“*I believe*”)), какие меры могли бы оказаться лучше в данной ситуации.

10) Стратегия саморекламы, тактика – использование прежних заслуг.

Стоит отметить, что, несмотря на тот факт, что данная стратегия и тактика имеют место быть в речи президента, они не являются основными и появляются в речи крайне редко.

«В 2006 году, также *обращаясь* с Посланием к Федеральному Собранию, *предложил* тогда – помню, сказал так: теперь о главном, о любви, – и *предложил* тогда программу материнского капитала» (“Back in 2006, I *said* the following in my Address to the Federal Assembly: “And now for the most important matter. Indeed, what I *want to talk* about is love. It was then that I *proposed* launching the maternity capital programme”).

В данном отрывке явно присутствует тактика использования прежних заслуг. Президент упоминает одну из мер, которую он лично предложил ввести, что выражено глаголы в 1 лице, единственном числе: «*обращаясь*» (“*said*”) и «*предложил*» (*proposed*).

Таким образом, в ходе анализа «Послания Президента Федеральному Собранию» от 15 января 2021 г. было выявлено, что основной стратегией, к которой прибегает президент нашей страны является стратегия рационального аргументированная, выраженная тактикой призыва к действию и приведения примера. Речь Владимира Путина всегда отличается содержательностью. Зачастую он приводит весомые примеры или аргументы в поддержку своей точки зрения, а также предлагает меры по решению различных проблем. Стратегия информационно-интерпретационная, в особенности представленная тактикой признания проблемы часто встречается в его выступлениях. В своих речах президент не может не упоминать проблемы внутренней политики страны или те проблемы, которые в особенности волнуют граждан страны. Однако президент делает это имплицитно, аккуратно подбирая слова, чтобы не повергнуть население в шок. Стратегии эмоциональной аргументации, представленные в виде тактик обвинения или угрозы практически не свойственны речи президента, так как его речь всегда продуманна и обладает низкой эмоциональностью. Однако тактика угрозы имеет место быть в отношении других государственных служащих за невыполнение их обязанностей или ошибки. Стратегия саморекламы также не свойственна речи Владимира Путина, однако

встречается в тех случаях, когда президент хочет подчеркнуть свои прошлые заслуги в виде успешно реализованных мер.

Проанализировав отмеченную выше речь В.В. Путина можно сделать вывод, что в большинстве рассмотренных случаев коммуникативные стратегии были сохранены, а значит и поставленные коммуникативные цели были достигнуты. На наш взгляд, удачными случаями сохранения коммуникативной стратегии в переводе являются следующие варианты:

- 1) *«Нам нужно быстрее, не откладывая решать задачи»* (“*We need to address tasks more quickly and without delay*”). Здесь имеется соответствие модального глагола “*need*” русскому наречию «*нужно*», то есть сохранен показатель необходимости совершения действия; произошло сохранение указания на единство народа, путем использования местоимения “*we*” («*мы*»); выражение «*решать задачи*» переведено в полном объеме синонимичным выражением на английском языке “*to address tasks*”; параметр скорости перехода к действиям в английском языке представлен настолько полно с лишь измененной формой. Таким образом, стратегия рационального аргументирования в форме тактики – призыва к действию в переводе оказалась сохранена полностью.
- 2) *«Но есть острейшая проблема, которая является прямой угрозой нашему демографическому будущему, – это низкие доходы значительной части наших граждан, семей»* (“*But there is a **daunting challenge** that directly threatens our demographic future*”). В первой части предложения имеется некое расхождение в смысле употребленных словосочетаний. Так, английский вариант перевода “*daunting challenge*” имеет более широкое значение, чем «*острейшая проблема*». В русском языке под «*проблемой*» понимается «сложный вопрос, требующий разрешения¹⁶⁰», в то время как слово “*challenge*” трактуется как «некая ситуация, разрешение которой требует значительных эмоциональных и физических усилий, а также проверяет способности человека»¹⁶¹. Однако несмотря на это, коммуникативная стратегия информационно-интерпретационная и тактика признания проблемы не только были сохранены в ПЯ, но и с помощью употребленных слов их коммуникативный эффект был даже усилен.

¹⁶⁰ Толковый словарь Ожегова// Gufo.me. [Б. м.], 2021. URL: <https://gufo.me/dict/ozhegov/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D0%B0> (дата обращения: 06.06.2021)

¹⁶¹ Meaning of challenge in English// Cambridge Dictionary. 2021. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/challenge> (date of request: 06.06.2021)

- 3) «Сегодня **нас** почти 147 миллионов человек» (“There are nearly 147 million of us now”). При переводе данного отрывка переводчику удалось сохранить использованную президентом стратегию создания кругом своих посредством отражения в переводе местоимения «**нас**» в виде выражения “**of us**”. Таким образом, была передана связь между обществом и президентом, ведь президенту важно показать, что он – часть своего народа. Параметр приблизительности статистики также отражен в переводе с помощью слова “**nearly**”, которое является эквивалентным вариантом перевода «**почти**».
- 4) «Уважаемые главы субъектов Федерации, дорогие мои коллеги, **нельзя так работать. Ну вы чего?**» (“Governors, heads of other constituent entities, my dear colleagues, **this is not how work is done. Come on!**”). При переводе первого предложения переводчик смягчил категоричность высказывания президента. Переводчик не стал использовать модальные глаголы, как “cannot” или “must not”, с помощью которых можно выразить слово «**нельзя**»¹⁶². Однако при переводе вопроса «**Ну вы чего?**» было выбрано удачное выражение “**Come on!**”. Русское выражение означает удивление результатам определенной деятельности, а также подбадривание и побуждение к достижению лучших результатов. Согласно Кембриджскому словарю, выражение “**Come on!**” имеет следующее значение: «выражение, которое имеет своей целью побудить кого-то сделать что-то быстрее или более качественно»¹⁶³. Помимо этого, переводчик смог соблюсти стиль выражения: выражение “**Come on!**” является разговорным, как и «**Ну вы чего?**».

Неудачными примерами перевода коммуникативных стратегий, на наш взгляд, являются следующие варианты:

- 1) «**Число рождений, приходящихся на одну женщину, в 2019 году составил 1,5**» (“**Key index showing the number of births per woman, was only 1.5 in 2019**”). Тактика приведения примера была сохранена, однако переводчик привнес дополнительный, негативный смысл в данное предложение. Во время своего выступления, касаясь демографической проблемы, В.В. Путин наоборот хотел подчеркнуть успешность проводимой политики в стране по данной проблеме и подчеркнул увеличение числа рождений на одну женщину. В переводе было добавлено слово «**only**»,

¹⁶² Нельзя // ABBY Lingvo Live. [Б. м.], 2021. URL: <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/ru-en/%D0%BD%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D1%8F> (дата обращения: 07.06.2021)

¹⁶³ Значение come on в английском// Cambridge Dictionary. [Б. м.], 2021. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/come-on> (дата обращения: 07.06.2021)

которое, по итогу, приуменьшило результаты проводимой демографической политики.

- 2) *«Этот показатель у нас лучше, чем даже в ряде европейских стран»* (“*This indicator is even better than in some European countries*”). В данном случае переводчик смог сохранить одну из стратегий, а именно стратегию дискредитации оппонента, которая выразилась сравнением показателей в России и европейских странах с помощью союза «*чем*» (“*than*”) и двумя объектами: «*у нас*» и «*в ряде европейских стран*» (“*in some European countries*”). Однако при переводе была потеряна стратегия создания круга своих. В ПЯ переводчик опустил местоимение с предлогом «*у нас*», тем самым было потеряно указание на связь народа с президентом.
- 3) *«Какие решения мы уже приняли?»* (“*What decisions have already been made?*”). Как уже отмечалось выше, тактика указания на пути решения проблемы была сохранена в данном предложении, однако стратегия создания круга своих была вновь потеряна, так как переводчик опустил в переводе местоимение «*мы*». Данный случай отличается от рассмотренных ранее тем, что здесь должна прослеживаться не связь президента с народом, а его отнесенность к государственному аппарату. В английском предложении отсутствует понимание того, кто принял данные решения. В русском предложении местоимение «*мы*» однозначно показывает, что президент имел в виду себя и государственных чиновников, возможно, именно правительство РФ.

Таким образом, в ходе анализа данной речи президента, было установлено, что основными преградами, которые стоят перед переводчиками в процессе перевода, являются случайное привнесение дополнительных смыслов, которые кажутся переводчику уместными, а также перевод местоимений с предлогами в русском языке, которые невозможно перевести дословно, при этом сохранив исходный смысл. Поэтому переводчики прибегают к их опущению, что ведет к потере коммуникативных стратегий, например, стратегии создания круга своих. Помимо этого, опущение ряда местоимений приводит к потере подлежащего в предложении, и, таким образом, становится не ясно, кто выступает действующим лицом в данной ситуации.

Дмитрий Медведев занимал пост президента РФ с 2008 г. по 2012 г.¹⁶⁴. Как и его предшественник, В.В. Путин, он принимал участие и не проводил предвыборных выступлений, не вступал в политические дебаты с другими претендентами на высший

¹⁶⁴ Биография Дмитрия Медведева/ ТАСС. [Москва], 2020. URL: <https://tass.ru/info/7528553> (дата обращения: 07.06.2021)

государственный пост. Тракторию развития страны, планы на ближайшее будущее и дальнейшие периоды бывший президент озвучивал во время посланий Федеральному Собранию. В данной работе рассматривается «Послание Федеральному Собранию Российской Федерации» Дмитрием Медведевым от 5 ноября 2008 г. Выступление президента содержит значительное количество фактической информации, конкретных мер, которые, либо уже были приняты, либо будут. Предложения, вносимые президентом, носят долгосрочный характер: ряд положений имеют срок до 1 года, в то время как другие программы (особенно в области развития инноваций) рассчитаны до 2020 г. В «Послании Федеральному Собранию» Дмитрия Медведева возможно выделить следующие КС и тактики:

- 1) Стратегия информационно-интерпретационная, тактика – акцентирования внимания на положительной информации.

«В полную силу заработали в новой Государственной Думе парламентские партии. Началась реализация новых планов долгосрочного развития экономики и социальной сферы. Строятся заводы и дороги. Перевооружаются армия и флот. Осваиваются новые технологии. Создаются учебные, научные, медицинские, центры» (“*The parliamentary parties began full scale work in the new State Duma. Implementation began of new plans for long-term economic and social development. Work is underway on factories and roads. The Armed Forces are being modernised and re-armed. We are spreading and developing new technology. We are establishing educational, scientific and medical centres.*”)

Прежде, чем приступить к основной части своей речи, которая полна негативной информации, Дмитрий Медведев решил начать с положительных моментов – тех действий, которые уже были достигнуты и воплощены в стране. Для этого он использует сочетание глаголов совершенного (если воплощение мер уже завершено) вида и несовершенного (если воплощение в жизнь продолжается) с существительными, например, *«заработали парламентские партии»* (“*parliamentary parties began work*”) или *«строятся заводы»* (“*work is underway on factories and roads*”).

- 2) Стратегия информационно-интерпретационная, тактика – признание проблемы.

Упоминая события 2008 г., которые стали знаменательными и сложными для страны, которые привели к определенным сложностям, как во внутренней, так и во внешней политике, бывший президент РФ отметил: *«Это варварская агрессия против Южной Осетии. И, конечно, набирающий обороты глобальный финансовый кризис. Две очень разные проблемы, имеющие, однако, общие черты»* (“*I am talking about the barbaric attack on South Ossetia, and also about the growing global financial crisis. These two very different problems have some common features*”).

Данная стратегия и тактика выражены эксплицитно в данном высказывании. На это указывает употребление словосочетания *«две...проблемы»* (“...two...problems”). Президент конкретно определяет проблемы, которые стоят, в том числе во внешней политике, перед страной: *«...агрессия против Южной Осетии»* (“attack on South Ossetia”) и *«...глобальный финансовый кризис»* (“global financial crisis”). Степень серьезности обозначенных проблем подчеркивается эпитетом *«варварский»* (“barbaric”) и метафорой *«набирать обороты»* (“growing”).

3) Стратегия информационно-интерпретационная, тактика – указание на пути решения проблемы.

«Урок ошибок и кризисов 2008 года доказал всем ответственным нациям, что пора действовать. И нужно радикально реформировать политическую и экономическую системы» (“The mistakes and crises of 2008 are a lesson to all responsible nations that it is time for action. We need to radically reform the political and economic systems”).

В данном фрагменте Дмитрий Анатольевич сперва обозначает необходимость *«действовать»* (“action”). Эффект данного высказывания подкрепляется наречием *«пора»* (“it is time for...”), что сразу навеивает мысль слушателям о скорых изменениях. Затем президент указывает конкретные шаги, которые необходимо предпринять, что выражается использованием словосочетания глагола в начальной форме и существительного: *«реформировать политическую и экономическую системы»* (“reform the political and economic systems”).

4) Стратегия создания круга своих, в том числе тактика – солидарности с адресатом. *«Произошли события, ставшие, я уверен, очень значимыми буквально для каждого в нашей стране. И одновременно серьёзным испытанием для всей России»* (“Events of great significance for each one of us in this country, I am sure, have taken place, events that have also been a serious test for all of Russia”).

Президент, упоминая события, с которыми сталкивалась страна в тот период времени, говорит, что они коснулись всех и каждого, в том числе и президента страны, который также является частью населения России: *«...ставшие...очень значимыми...для каждого в нашей стране»* (“for each one of us...have taken place”). Это также подчеркивается в следующем предложении словосочетанием *«...испытанием для всей России»* (“...for all of Russia”), что подразумевает всех граждан страны;

«Мы давно сделали свой выбор в пользу глубокой интеграции в мировое хозяйство. Мы понимаем свою ответственность» (“We have long since made our choice in favour of far-reaching integration into the world economy. We are aware of our responsibilities”).

В данном отрывке Дмитрий Анатольевич целенаправленно использует личное местоимение «**мы**» (“**we**”) с целью подчеркнуть, что решение об интеграции было сделано ни чиновниками, ни одним президентом, а всеми гражданами страны, к которым президент относит и себя. Поэтому ответственность за данное решение несет не один конкретный человек, а весь народ России. Помимо этого, в данном случае местоимение «**мы**» (“**we**”) подчеркивает единство президент населения страны и президента, который разделяет судьбу своего народа.

5) Стратегия создания круга чужих, тактика – «создания образа врага».

Рассуждая о проводимой США внешней политике, бывший президент сообщил следующее: «**Они не только не потрудились скоординировать свои решения с другими участниками глобальных рынков, но и пренебрегли элементарным чувством меры. И не внимали** многочисленным предостережениям со стороны своих партнёров (кстати, в том числе и нашим). В результате чего **нанесли ущерб** и себе, и другим» (“**They did not bother coordinating their decisions with the other players on the global markets and neglected even the most basic sense of measure. They did not listen to the numerous warnings from their partners (including from us). As a result they have caused damage to themselves and to others**”).

В данном случае стратегия и тактика выражены следующими средствами: во-первых, на это указывает местоимение 3-го лица множественного числа «**они**» (“**they**”), президент намеренно избегает употребления названия страны, чтобы показать свое пренебрежение к ним из-за их действий; во-вторых, данной реплике президента характерно использование ряда глаголов совершенного и несовершенного видов в прошедшем времени и в отрицательной форме, например, «**не потрудились скоординировать**» (“**did not bother coordinating**”), «**пренебрегли**» (“**neglected**”), «**не внимали**» (“**did not listen**”) и «**нанесли ущерб**» (“**have caused damage**”). Усиление коммуникативного эффекта на слушателя подкрепляется использованием прилагательных с сильным эмоциональным значением, как, например, «**элементарным**» (“**the most basic**”) или «**многочисленным**» (“**numerous**”).

6) Стратегия рационального аргументирования, тактика – обещания.

Говоря о дальнейших действиях России на мировой арене, Дмитрий Анатольевич подчеркнул: «**Будет взаимодействовать на этом направлении с Соединёнными Штатами Америки, с ЕС, с государствами БРИК, со всеми заинтересованными сторонами. Мы сделаем всё, чтобы мир стал более справедливым и более безопасным**» (“**We will work together on this with the United States, the European Union, the BRIC countries and all parties with an interest in reform. We will do everything possible to make the world a fairer and safer place**”).

Тактика обещания проявилась в данном отрывке в виде ряда глаголов в будущем времени: *«Будет взаимодействовать»* (“...will work together”) и *«сделаем всё, чтобы мир стал...»* (“will do everything possible to make the world”). Также здесь проявляется и стратегия круга своих с помощью личного местоимения «мы» (“we”), под которым подразумеваются страны, которые заинтересованы в сотрудничестве с Россией на благо мира и перечисленные в первом предложении: *«с Соединёнными Штатами Америки, с ЕС, с государствами БРИК»* (“with the United States, the European Union, the BRIC countries”).

7) Стратегия эмоционального аргументирования, тактика – угрозы.

«Что, само собой, повлечёт ответные меры со стороны России (о чём я ещё сегодня скажу)» (“This situation forces Russia to take measures in response”).

Данное высказывание содержит в себе эксплицитное выражение тактики угрозы в виде глагола в форме будущего времени с существительным *«повлечет ответные меры»* (“forces Russia to take measures in response”). Однако в оригинале выбран более нейтральный глагол по сравнению с вариантом в переводе высказывания на английский язык (глагол force).

8) Стратегия саморекламы, тактика – приписывание себе политического опыта.

«Я уверен, что так и будет, поскольку наша страна сильна и экономически, и политически» (“I am sure that we can achieve this because our country is economically and politically strong”).

Рассуждая о возможностях России на мировой арене, которые должны привести к строительству более безопасного мира, президент выражает свое мнение и уверенность, что именно *«так и будет»* (“can achieve this”). Для этого он использует формулировку от первого лица *«Я уверен»* (“I am sure”). Данная формулировка также подчеркивает заинтересованность политика в судьбе страны.

9) Стратегия дискредитации оппонента на политической арене, тактика – обвинение оппонента.

«Нападение грузинской армии на российских миротворцев обернулось трагедией для многих тысяч людей, для целых народов. В результате этой провокации резко возросло напряжение во всём кавказском регионе» (“The Georgian army’s attack on Russian peacekeepers resulted in tragedy for many thousands of people, for entire peoples. This provocation led to a sharp increase in tension throughout the entire Caucasus region”).

Тактика обвинения оппонента выражена здесь эксплицитно. Дмитрий Медведев не сделал выбор в пользу нейтральных слов, которые могли бы сгладить произошедшие события, а отозвался о происходящем прямо. Так, для описания действий грузинской армии в

отношении российских миротворцев он использовал существительное «**нападение**» (“**attack**”), которое имеет крайне негативное значение (выступление с целью разгрома, уничтожения или нанесения ущерба)¹⁶⁵. Бывший президент также употребил существительное «провокация» (“**provocation**”), которое имеет не менее отрицательный оттенок по сравнению с предыдущим существительным. Для уточнения предъявляемых обвинений Дмитрий Анатольевич использует следующее словосочетание: «**...возросло напряжение во всем кавказском регионе**» (“**...led to an increase in tension throughout the entire Caucasus region**”). Чтобы подчеркнуть всю серьезность и трагичность ситуации, президент прибегает к использованию сильных наречий, таких, как «**резко**» (“**sharp**”), и устойчивых выражений, как «**овернуться трагедией**» (“**result in tragedy**”);

«Конфликт на Кавказе был использован как предлог для ввода в Чёрное море военных кораблей НАТО. А затем и для ускоренного навязывания Европе американских противоракетных систем» (“*The conflict in the Caucasus was used as a pretext for NATO naval vessels to enter the Black Sea and then to speed up the imposition of an American missile defence system on Europe*”).

В данном случае Дмитрий Анатольевич обвиняет Америку в навязывании своих интересов другим странам. Для этого он выбирал выражения, представленные в виде глагола с существительным «**использован как предлог**» (“**was used as a pretext**”) и прилагательного с существительным «**ускоренного навязывания**» (“**to speed up the imposition**”).

10) Стратегия дискредитации оппонента, тактика – навешивание ярлыков.

«Думаю, возникшее после распада Советского Союза представление о собственном мнении как о единственно верном и неоспоримом в конечном итоге привело власти Соединённых Штатов и к крупным просчётам в экономической сфере» (“*I think that this idea that emerged in the United States after the Soviet Union collapsed that its view is the only indisputably correct view led the U.S. authorities also into making serious economic miscalculations*”).

Навешивание ярлыков на американских коллег Дмитрием Анатольевичем было осуществлено сразу в 2-х направлениях. Во-первых, первым ярлыком является представление о США как о стране, которая ни с кем не считается и ни к кому не прислушивается. Данный ярлык является следствием использования следующих

¹⁶⁵ Толковый словарь Ожегова/ Gufo.me. [Б. м.], 2021. URL: <https://gufo.me/dict/ozhegov/%D0%BD%D0%B0%D0%BF%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5> (дата обращения: 28.05.2021)

словосочетаний, состоящих из существительного и прилагательных: «*собственном мнении как о единственно верном и неоспоримом*» (“*its view is the only indisputably correct view*”). Во-вторых, на США также был повешен ярлык неуспешной страны в экономической сфере. На это указывает использование глагола в прошедшем времени в сочетании с существительным «*привело к просчетам*» (“*led into making miscalculations*”). Степень этих просчетов определяется прилагательных «*крупных*» (“*serious*”).

Таким образом, в своей речи Д.А. Медведев часто прибегает к использованию стратегии информационно-интерпретационной, включая все тактики, на которые делится данная КС: признания проблемы, акцентирования внимания на положительной информации и указания на возможное пути решения проблемы. Однако, в отличие от речи В.В. Путина, речь бывшего президента изобилует применением стратегии дискредитации оппонента в виде тактик обвинения оппонента и навешивания ярлыков. Сравнивая речи двух политиков, которые были президентами РФ, стоит отметить, что речь В.В. Путина, несмотря на использование разговорных выражений, время от времени, является более формальной. Речь Д.А. Медведева содержит в себя большее количество прилагательных, обладающих высокой эмоциональностью, например, «единственно верный», «неоспоримый», «элементарный». Дмитрий Анатольевич не отказывается от использования в Послании пословиц, например, «нет худа без добра» или фразеологизмов, например, «что греха таить».

Проанализировав отмеченную выше речь Д.А. Медведева, можно сделать вывод, что в большинстве рассмотренных случаев коммуникативные стратегии были сохранены, а значит и поставленные коммуникативные цели были достигнуты. На наш взгляд, удачными случаями сохранения коммуникативной стратегии в переводе являются следующие варианты:

- 1) «Урок ошибок и кризисов 2008 года доказал всем ответственным нациям, что **пора действовать**. И нужно радикально **реформировать политическую и экономическую системы**» (“*The mistakes and crises of 2008 are a lesson to all responsible nations that **it is time for action**. We need to radically **reform the political and economic systems***”). В данном случае стратегия информационно-интерпретационная и тактика указания на пути решения проблемы были сохранены переводчиком. Словосочетание, состоящее из наречия и глагола «**пора действовать**» переводчик трансформировал в целое предложение, которое смогло передать верный смысл и не является дословным: “**it is time for action**”. Также в переводе была сохранена необходимость действовать, путем передачи наречия «**нужно**» в виде глагола “**need**”. Выражение «**реформировать**

политическую и экономическую системы» полностью соответствует английскому варианту **“reform the political and economic systems”**.

- 2) *«Произошли события, ставшие, я уверен, очень значимыми буквально для каждого в нашей стране. И одновременно серьёзным испытанием для всей России»* (**“Events of great significance for each one of us in this country, I am sure, have taken place, events that have also been a serious test for all of Russia”**). Переводчик умело смог сохранить стратегию создания круга своих в данном отрывке и даже усилить ее в ПЯ за счет использования параллельных конструкций, которые отсутствуют в ИЯ: **“events of great significance...”**, **“events that have also been...”**. Использование указанных конструкция приводит к усилению коммуникативного эффекта на слушателей и создает еще большее впечатление близости президента и народа, а также демонстрирует его сочувствие к населению в это нелегкое время.
- 3) *«Они не только не потрудились скоординировать свои решения с другими участниками глобальных рынков, но и пренебрегли элементарным чувством меры. И не внимали многочисленным предостережениям со стороны своих партнёров (кстати, в том числе и нашим). В результате чего нанесли ущерб и себе, и другим»* (**“They did not bother coordinating their decisions with the other players on the global markets and neglected even the most basic sense of measure. They did not listen to the numerous warnings from their partners (including from us). As a result they have caused damage to themselves and to others”**). Здесь можно видеть хорошо подобранные переводчиком эквиваленты перевода глаголов. В ряде случаев переводчик сохранил использование глаголов в отрицательной форме, например, «не потрудились скоординировать» (**“did not bother coordinating...”**). В ПЯ использованы параллельные конструкции, например, **“they did not bother...”**, **“they did not listen...”**, что только усиливает коммуникативный эффект стратегии создания круга чужих. Таким образом, у слушателей складывается представление о враге, как о коварном существе, в отношении которого складывается негативное отношение и который способен нанести значительный ущерб нашей стране.

В качестве примеров некорректного перевода КС могут служить следующие отрывки:

- 1) *Это варварская агрессия против Южной Осетии. И, конечно, набирающий обороты глобальный финансовый кризис. Две очень разные проблемы, имеющие, однако, общие черты»* (**“I am talking about the barbaric attack on South**

Ossetia, and also about the growing global financial crisis. These two very different problems have some common features”). При переводе данного отрывка переводчиком было принято решение добавить конструкцию с личным местоимением первого лица “*I am talking*”, которая отсутствует в оригинале на русском языке. Таким образом, произошло смещение внимания со стратегии информационно-интерпретационной и тактики признания проблемы на стратегию саморекламы. Помимо этого, произошла потеря коммуникативного эффекта при переводе словосочетания «набирающий обороты». Прилагательное “*growing*”, которое означает увеличивающийся в размере или количестве¹⁶⁶, имеет более узкое и не такое эмоциональное значение, как «*набирающие обороты*» (усиливающийся в своих действиях или усиливающий свое влияние¹⁶⁷).

- 2) «*Что, само собой, повлечёт ответные меры со стороны России (о чём я ещё сегодня скажу)*» (“*This situation forces Russia to take measures in response*”). В данном случае переводчик смог сохранить стратегию эмоционального аргументирования и тактику угрозы, однако выбор пал на глагол, который обладает некоторой категоричностью и отображает единственно возможный путь действий. Глагол “*force*” имеет следующее значение: заставить кого-то сделать нечто трудное, неприятное или необычное под воздействием угрозы или не предлагая другого выбора¹⁶⁸. Указанный глагол не является ни эквивалентом, ни синонимом глагола «повлечь». Глагол, который больше подошел в данном случае, является, например, глагол “*entail*”.

Таким образом, в ходе анализа данной речи бывшего президента, было установлено, что основными преградами, которые стоят перед переводчиками в процессе перевода, являются добавление конструкции с личным местоимением «я» (“*I*”) в тех отрывках, где такая необходимость отсутствует, так как это приводит к добавлению новой КС в речь и смещению акцента с главной КС. Это также влияет на достижение поставленной коммуникативной цели, для достижения которой и применяются КС. Помимо этого, другой сложностью является выбор верного эквивалента в ПЯ, так как слова в русском и

¹⁶⁶ Meaning of growing in English/ Cambridge Dictionary. 2021. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/growing> (date of request: 09.06.2021)

¹⁶⁷ Толковый словарь Ожегова/ Gufo.me. [Б. м.], 2021. URL: <https://gufo.me/dict/ozhegov/%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%82> (дата обращения: 09.06.2021)

¹⁶⁸ Meaning of force in English/ Cambridge Dictionary. 2021. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/force> (date of request: 09.06.2021)

английском языках отличаются семантически (существуют слова с широкой и узкой семантикой), а также по эмоциональной нагрузке.

3.2 Анализ перевода коммуникативных стратегий в выступлениях американских политиков

В данной части работы будут рассматриваться КС и их перевод в ходе предвыборной кампании Дональда Трампа в 2016 г. Материалом служат предвыборные выступления Д. Трампа перед гражданами страны. Речь бывшего президента США отличается своей экспрессивностью и эмоциональностью; политик не считается со мнением своих оппонентов и открыто выражает свою точку зрения, избегая использования нейтральной лексики.

1) Стратегия информационно-интерпретационная, тактика – признание проблемы.

*“Our **foreign policy** is a complete and total **disaster**. No vision. No purpose. No direction. No strategy”* («Наша **внешняя политика** – это абсолютная, полная катастрофа. Нет ни концепции, ни цели, ни направления, ни стратегии»).

Этот отрывок содержит видение Д. Трампа относительно внешней политике страны. Пытаясь донести до слушателей всю проблематичность и критичность ситуации, бывший президент использует отрицательные конструкции, выраженные в форме отрицательной частицы “no” и существительного: “ **No vision. No purpose. No direction. No strategy** ” («Нет ни концепции, ни цели, ни направления, ни стратегии»). Это описание ситуации в целом было использовано существительное, которое вызывает лишь негативные эмоции: “**disaster** ” («катастрофа»).

2) Стратегия рационального аргументирования, тактика – обещание.

“We are going to fix our inner cities and rebuild our highways, bridges, tunnels, airports, schools, hospitals. We’re going to rebuild our infrastructure, which will become, by the way, second to none” («Мы **восстановим** наши города и **реконструируем** автомагистрали, мосты, тоннели, аэропорты, школы, больницы. Мы **восстановим** нашу инфраструктуру, которой, между прочим, не будет равных»).

Тактика обещания нашла свое отражение в глагольном обороте “**be going to**”, которое означает сильное намерение совершения того или иного действия. Оборот дополняется основным смысловым глаголом “**fix**” («**восстановить**») и “**rebuild**” («**реконструировать**»). Коммуникативный эффект также достигается за счет использования параллельных конструкций: “**We are going to fix and rebuild**” (Мы **восстановим и реконструируем**) и “**We’re going to rebuild**” (Мы **восстановим**);

“We will seek common ground, not hostility; partnership, not conflict” («Мы будем искать компромисс, а не враждебность; партнерство, а не конфликт»).

Тактика обещания в данном предложении Дональда Трампа выражается глаголом в будущем времени ***“will seek” («будем искать»)***. Коммуникативный эффект усиливается с помощью литературного приема антитезы, то есть противопоставления образов. Здесь используется ряд антонимов ***“ground – hostility” («компромисс – враждебность»)*** и ***“partnership – conflict” («партнерство – конфликт»)***. Помимо этого, в качестве усиления влияния слов бывшего президента используется стратегия создания круга своих в виде личного местоимения ***“we” («мы»)***;

“Additionally, on the first day, I will take the following five actions to restore security and constitutional rule of law” («Кроме того, с самого первого дня, я предприму следующие пять шагов по восстановлению безопасности и конституционного правопорядка»).

В данном предложении президента, как и в рассмотренных выше, тактика обещания реализуется с помощью глагола в форме будущего времени ***“will take” («предприму»)***. Помимо этого, указанная стратегия дополняется использованием стратегии саморекламы, которая проявляется в употреблении конструкции с личным местоимением ***“I” («я»)***. Усилению коммуникативного эффекта способствует обращение Д. Трампа к таким политическим стереотипам, как ***“security” («безопасности»)*** ***“constitutional rule of law” («конституционного правопорядка»)***.

3) Стратегия рационального аргументирования, тактика – призыв к действию.

“Working together, we will begin the urgent task of rebuilding our nation and renewing the American dream” («Работая вместе, мы начнем выполнять неотложную задачу по возрождению нашей нации и обновлению американской мечты»).

В данном случае призыв к действию выражается в использовании формы причастия настоящего времени с наречием ***“working together” («работая вместе»)***. Таким образом президент подчеркивает необходимость сотрудничества и совместной работы всего населения на благо страны, что усиливается применением стратегии создания круга своих в виде личного местоимения ***“we” («мы»)***.

4) Стратегия саморекламы, тактика – приписывание политического опыта.

“I have just landed having returned from a very important and special meeting with the President of Mexico – a man I like and respect very much, and a man who truly loves his country. Just like I am a man who loves the United States” («Я только что вернулся с очень важной и особой встречи с президентом Мексики – человеком, которому я

симпатизирую и весьма уважаю. Человеком, который поистине любит свою страну – Мексику. Такой же, как и я – человек, любящий свою страну – Соединенные Штаты»). – Сообщая потенциальным избирателям о его состоявшейся встрече с президентом Мексики, Д. Трамп пытается продемонстрировать свою осведомленность и опытность в политических делах, что выражается следующим предложением: **“I have just landed having returned from a meeting with the President of Mexico”** («Я только что вернулся со встречи с президентом Мексики»). Значение данного события президент подчеркивает словами-эмотивами **“important and special”** («важной и особой»). Также президент не избегает применения стратегии саморекламы, которая проявляется в использовании личного местоимения **“I”** («я»). Для оказания большего коммуникативного эффекта на избирателей, Дональд Трамп употребил оценочные глаголы, как **“like”** («любящий») **“loves”** («любит»).

5) Стратегия создания круга своих.

“As I’ve said from the beginning, ours was not a campaign, but rather an incredible and great movement made up of millions of hard-working men and women who love their country and want a better, brighter future for themselves and for their families” («И, как я уже говорил в самом начале, у нас была не просто избирательная кампания, а невероятное и великое движение миллионов трудолюбивых мужчин и женщин, которые любят свою страну и мечтают о лучшем, светлом будущем для себя и своих детей»).

Обозначенная выше стратегия была реализована с помощью литературного приема антитеза. Президент с целью подчеркнуть единство всего народа использует данный прием, в котором идет следующее противопоставление: **“ours was not a campaign, but rather an incredible and great movement”** («у нас была не просто избирательная кампания, а невероятное и великое движение»). Президент отмечает, что это была не просто избирательная кампания; она привела к сплочению **“men and women who love their country and want a better, brighter future for themselves and for their families”** («мужчин и женщин, которые любят свою страну и мечтают о лучшем, светлом будущем для себя и своих детей»);

“We are going to have an immigration system that works, but one that works for the American people” («У нас будет иммиграционная система, которая будет работать. Но работать она будет на американских граждан»).

Данный случай представляет особенно интересным, так как в нем помимо привычного выражения указанной стратегии создания круга своих в виде личного местоимения **“we”** («мы») используется словосочетание, представленное существительным и прилагательным,

обозначающим национальную принадлежность: *“the American people”* («американских граждан»). Это словосочетание отделяет всех американцев от людей других национальностей, которые либо переехали в США не законных основаниях, либо являются бременем для Американской экономики, так как получают множество социальных льгот без уплаты налогов.

6) Стратегия дискредитации оппонента, тактика – пренебрежения к оппоненту.

“We have the power over China, economic power, and people don’t understand it” («У нас есть власть над Китаем, экономическая власть, просто люди этого не осознают»). – Тактика пренебрежения выражена в этом случае эксплицитно, так как бывший президент США подчеркивает превосходство своей страны над другой, в данном над Китаем. Для этого он использовал выражение *“have the power over”* («иметь власть над»). Для усиления производимого коммуникативного эффекта президент подчеркивает, какую именно власть, используя прилагательное *“economic”* («экономическая»).

7) Стратегия дискредитации оппонента, тактика – обвинения оппонента.

Говоря о проводимой Бараком Обамой внешней политике, Дональд Трамп отмечает, что: *“Each of these actions have helped to throw the region into chaos and gave ISIS the space it needs to grow and prosper”* («Все эти шаги способствовали тому, что весь регион погрузился в хаос, и предоставили ИГИЛ возможность для развития и процветания»). Эти слова Д. Трампа отражают критику в отношении внешней политики его предшественника, Барака Обамы. Д. Трамп обвиняет его в дестабилизации региона, используя словосочетание, выраженное глаголом и существительным с сильной негативной окраской *“погрузился в хаос”* («погрузился в хаос»), а также в пособничестве одной из террористических организаций, что выражено следующим образом: *“actions have helped”* («шаги способствовали»). Он не избегает упоминания одной из самых ужасающих террористических организацией 21 века *“ISIS”* («ИГИЛ»);

“In NATO only 4 of 28 other member countries besides America, are spending the minimum requires 2 percent of GDP of defense” («В НАТО только 4 из 28 его членов, помимо Америки, тратят на оборону минимум 2% своего ВВП в соответствии с договором»).

Говоря о НАТО, который является альянсом, в котором лидером являются США, Д. Трамп упрекает своих же союзников *“member countries”* («членов») в отклонение от уплаты организационных взносов. Тактика находит свое выражение с помощью глагола в настоящем продолженном времени *“are spending”* («тратят»). Данное время особенно подчеркивает, что такое положение дел продолжается и до сих пор. Помимо этого, с

целью подчеркнуть тот момент, что ряд стран не в состоянии покрыть даже основные затраты, президент использует существительное “*minimum*” («*минимум*»);

*“The system is so rigged because Hillary Clinton should have been precluded from running for the presidency of the United States, but the FBI and the Justice Department **covered up her crimes**, which included **lying to the FBI and Congress** on numerous occasions. A big part of the rigging of this election is the fact that Hillary is being allowed to run despite **having broken** so many **laws** on so many different occasions”* («Хиллари Клинтон вообще не должна была баллотироваться в президенты Соединенных Штатов. Однако ФБР и Министерство юстиции **покрывают ее преступления** – она много раз **врала ФБР и Конгрессу США**. Самый большой обман заключается в том, что *2-же* Хиллари все же позволили участвовать в президентских выборах, несмотря на многочисленные **нарушения законодательства**»).

Этот отрывок содержит в себе обвинения не только в адрес своего оппонента, но и в адрес государственной системы. Д. Трамп обвиняет ряд государственных органов США в том, что они пособничают Хиллари Клинтон. Для этого президентом был выбран глагол в форме прошедшего времени “*covered up*” («*покрывают*»). В адрес самой же Хиллари Дональд Трамп применяет тактику навешивания ярлыков. Во-первых, описывая ее действия, он использует существительное “*crimes*” («*преступления*»), которое наталкивает слушателей на мысли о том, что она является нарушала законы страны. Эти подозрения бывший президент США подкрепляет словосочетанием “*having broken so many laws*” («*многочисленные нарушения законодательства*»). Во-вторых, глагол “*lying*” («*врала*») навешивает на нее ярлык лгуны.

В результате анализа предвыборных речей Дональда Трампа представляется возможным сделать вывод, что наиболее характерной коммуникативной стратегией для него является стратегия рационального аргументирования в виде тактики обещания. Данный феномен объясняется тем, что сама цель предвыборного выступления сводится к тому, чтобы привлечь электорат голосовать за свою кандидатуру, что возможно с помощью обещаний по изменению ряда проблем во внутренней или внешней политике страны. Далее следует стратегия создания круга своих. Ее появление объясняется проводимой предвыборной кампанией Д. Трампа 2016 г., так как президент всегда неоднократно подчеркивал, что он будет работать лишь на благо американского народа и Америки, и не заинтересован в процветании других стран, даже если они являются партнерами США. Затем следует стратегия дискредитации оппонента в виде двух тактик: обвинения оппонента и пренебрежения к нему. Здесь стоит отметить, что бывший

президент США склонен к оценочным суждениям и не скрывает их перед публикой. Помимо этого, Хиллари Клинтон была его соперником, и чтобы победить, Д. Трампу было необходимо указывать на «промахи» своего оппонента. Что касается внешней политики, здесь президент снова руководился идеей блага американского народа и величия страны во всех сферах. Идея превосходства американского народа являлась ключевой в ходе его предвыборной кампании.

Таким образом, для анализа перевода предвыборных речей Д. Трампа был выбран перевод, подготовленный Сычевой Ольгой Николаевной. Ей удалось сохранить и точно передать большинство коммуникативных стратегий. Она смогла перевести ряд литературных приемов, которые использовал в своей речи бывший президент США, например, антитезу. Помимо этого, ей удалось сохранить коммуникативный эффект, оказываемый на слушателей с помощью используемых президентом прилагательных-эмотивов. В ее переводе имеются некоторые расхождения с оригиналом на английском языке при передаче времени, например, замена прошедшего времени на настоящее в ПЯ, однако данные трансформации, совершаемые переводчиком, не приводят к искажению смысла или потере эффекта, производимого коммуникативной стратегией.

Выводы по главе 3

Проанализировав переводы предвыборных выступлений российских и американских политиков, автор пришел к выводу, что все переводчики, выполняя данный вид перевода, руководствуются принципом полноты передачи. Переводчики пытаются сохранить и полностью передать всю имеющуюся информацию в предложении, практически переводя отрывки слово в слово, что в некоторых местах складывается ощущение дословности перевода. В качестве примера можно привести перевод отрывка из речи Д. Трампа, выполненный Сычевой Ольгой Николаевной: *“We have the power over China, economic power, and people don’t understand it”* («У нас есть власть над Китаем, экономическая власть, просто люди этого не осознают»). Количество слов и в том, и в другом предложении совпадает и составляет 13 (с учетом особенностей каждого языка).

Основную сложность и одновременно фактор, приводящий к допущению ошибок и неточностей при переводе, представляет выбор языковых средств. Перед переводчиком стоит задача подобрать такой эквивалент при переводе, который будет адекватно передавать смысл высказывания, не искажая его, оказывать необходимый политический коммуникативный эффект на своих потенциальных избирателей и сохранит используемую коммуникативную стратегию. В качестве примера рассмотрим перевод одного из отрывков в речи Д. А. Медведева в «Послании президента к Федеральному Собранию»: *«Что, само собой, повлечёт ответные меры со стороны России (о чём я ещё сегодня скажу)»* (*“This situation forces Russia to take measures in response”*). Стоит отметить, что переводчику удалось сохранить тактику угрозы, однако в переводе произошел переход от более нейтрального глагола *«повлечёт»* к глаголу с сильным эмоциональным компонентом *«forces»*. Подчеркнем, что страны не могут принудить друг друга к принятию или иных мер или ответных действий. За это отвечает исключительно правительство страны. Истории также известны случаи ошибок переводчиков и последствий совершенных ошибок при неверном выборе того или иного слова с сильной эмоциональной составляющей вместо нейтрального, что особенно важно в политическом переводе.

Однако нейтрализация или опущение данных языковых средств не всегда является уместным. В частности, данный прием не является актуальным для такого импозантного и непредсказуемого политика, как Дональд Трамп. Осуществляя перевод выступлений данного политического деятеля, следует сохранять эмоционально окрашенную лексику, если таковая имеется в ИЯ. С этой задачей О. Н. Сычева справилась успешно, например, в данном отрывке: *“I have just landed having returned from a very important and special meeting with the President of Mexico”* («Я только что вернулся с очень важной и особой

встречи с президентом Мексики). Переводчик смог передать отношение Д. Трампа к данной встрече с помощью верно подобранных эквивалентов эмоционально окрашенной лексики.

Следующая закономерность, которая время от времени встречается в проанализированных переводах предвыборных выступлений, является добавление слов, отсутствующих в ИЯ. Частично, данная трансформация может являться уместной и преобразовывать перевод исключительно в лучшую сторону. Однако в ряде случаев подобная трансформация может приводить к искажению смысла исходного предложения, привнося в него дополнительные значения. Так произошло при переводе данного отрывка из речи В.В. Путина, который хотел сообщить о об увеличении числа рождений по сравнению с предыдущими годами: «Число рождений, *приходящихся на одну женщину, в 2019 году составил, по предварительной оценке, 1,5*» (“*Key index showing the number of births per woman, was only 1.5 in 2019, according to tentative estimates*”). В данном случае переводчиком было принято решение добавлении наречия “only”, основное значение которого «только, всего, лишь». Таким образом, переводчик преуменьшил значение показателя, которого удалось добиться в 2019 г. не без труда. Переводчику удалось сохранить тактику приведения примера, однако тактика акцентирования внимания на положительной информации была утеряна.

Особенно стоит отметить процесс перевода и передачи стратегии создания круга своих. В большинстве проанализированных случаев данная стратегия выражается в использовании личного местоимения «мы» (“we”). Данное местоимение может относиться как к тандему президент плюс народ, так и к тандему президент плюс государственный аппарат (возможно, в лице чиновников). При переводе указанной стратегии, когда она относится к тандему президент плюс народ, переводчики всегда сохраняют личное местоимение «мы» (“we”). Однако при переводе данной стратегии в случае, когда она означает тандем президента и государственного аппарата, происходит опущение этого местоимения, как это и произошло в следующем отрывке: «*Какие решения мы уже приняли?*» (“*What decisions have already been made?*”). Во-первых, данное решение переводчика привело к обезличиванию предложения. Слушателем не ясно, кто ответственен за принятие данных решений. Во-вторых, произошла потеря стратегии создания круга своих, которая присутствовала в ИЯ. У слушателей могло создаться впечатление отстраненности президента от принимаемых правительством решений во внутренней политике страны.

В целом стоит отметить, что во многих случаях проанализированных предвыборных выступлений переводчикам удастся сохранить использованные коммуникативные

стратегии, а также обеспечить адекватность выполненного перевода. Помимо этого, переводчикам удастся выдержать и стиль речи каждого политика.

Заключение

В данной работе было рассмотрено понятие КС и ее основные характеристики. Под КС понимается «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в процессе общения теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативных целей»¹⁶⁹. В качестве основной составляющей КС была определена цель высказывания, которую говорящий стремится достичь. Цель высказывания, в свою очередь, определяет «коммуникативные ходы», выбираемые говорящим в ходе коммуникации. Помимо цели высказывания к составляющим КС относятся коммуникативная интенция и коммуникативная перспектива, а также определение объема информации на одну тему, соотнесение объема информации и реакции собеседника, стиль и жанр, выбор предложений в соответствии с определенным коммуникативным режимом. Одной из важнейших характеристик КС, которую отмечает Е.В. Клюев, является частичная запланированность КС, ведь говорящий не может предугадать все тактики и ходы собеседника. Помимо этого, КС отличается своим воздействием, которое она оказывает на собеседника, чтобы побудить его к желаемым говорящим действиям. КС отличается и «контекстом», то есть определённой ситуацией общения, в которой она применяется.

Для достижения основной цели, а именно захвата или удержания власти, политические деятели используют КС в своих предвыборных выступлениях, чтобы с помощью них склонить электорат на свою сторону и заручиться его поддержкой. Предвыборные выступления имеют структурные компоненты: «Сцена», «Социальный субъект», «Содержание» и «Текст». Основными системообразующими признаками предвыборных выступлений являются: полисубъектность, публичность, агональность, оценочность, агрессивность, информативность, фактор масс-медиа, дистанцированность, агитационность и идеологичность.

Классификации КС многообразны. В данной работе используемая классификация КС строится на рассмотренных классификациях КС О.В. Гайковой (стратегии манипуляции, аргументации, самопрезентации, дискредитации оппонента и борьбы за власть), Е.В. Данышиной (стратегии самозащиты, оценки ситуации, побуждения и манипулирования) и И.В. Самариной (стратегии «создания круга своих» и «создания круга чужих»). КС имеют национальную окраску, так как являются частью коммуникативного поведения народа и отражают определённый набор ценностей, включая социальные идеи и взгляды, принципов, норм и правил культуры этого народа. Использование коммуникативных стратегий нациями определяется теми принципами, которые заложены в их культурах. Главным принципом американской культуры является

¹⁶⁹ Клюев Е. В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия. [Москва], 2002. С. 18.

принцип позитивности, который проявляется в открытости и отзывчивости к людям. КС, свойственные речи американского народа, отличаются своей неконфликтностью и отсутствием агрессивности. Русская нация же, наоборот, отличается своей прямолинейностью и практическим отсутствием похвалы в сторону собеседника. Набор КС в речи русского народа отличается своей манипулятивностью и доминированием, вследствие чего коммуникативной модели русского народа присуще черта конфликтности.

Понятию «политического дискурса» посвящена вторая глава данной работы. Под ним понимается совокупность «всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом». В качестве основных характеристик выделены следующие: неоднозначность и двойственность, наличие большого терминологического аппарата, специфичное использование языковых знаков повседневной речи и языковое оформление письменных текстов и устных выступлений. Дополнительными чертами являются глобальность, публичность, медийность, многоязычие, интерцивилизованность и дисгармоничность. Политический дискурс обладает множеством жанров, которые носят гибридный характер. Исследователи-лингвисты испытывают трудности при разработке классификаций жанров политического дискурса в виду наличия большого количества социальных акторов, каждый из которых преследует собственные цели.

Одним из жанров политического дискурса является предвыборный дискурс. Тексты предвыборного дискурса наполнены общественно – политической лексикой, образными средствами, словами с переносными значениями и словами с ярко выраженной эмоциональной окраской. В своих выступлениях политические деятели используют огромное количество языковых средств с целью оказать влияние на электорат, таких как формулировки от первого лица, эмотивы – ассоциативы или многократные повторы и параллельные конструкции.

Тексты политического дискурса, в том числе предвыборные выступления, представляют большую сложность для перевода ввиду использования широкого спектра языковых средств политическими деятелями. В изученных работах ряда исследователей отмечается, что наибольшую сложность при переводе представляют метафоры, так как они содержат в себе культурно-национальную специфику. Далее следуют прецедентные феномены, сложность которых заключается в невозможности точного и полного перевода в ПЯ из-за отличий картин мира разных наций и народов. Еще одним аспектом, вызывающим трудности у переводчиков, является игра слов. Для адекватного перевода игры слов переводчику необходимо иметь представление о сущности каламбура. Однако многие каламбуры считаются практически непереводаемыми. Политкорректность, явление

21 века, также находит, чем удивить переводчиков. Перед ними ставится задача не только перевести текст адекватно, но и политкорректно, дабы не затронуть чувства ни одной из групп населения и не подставить политика, случайно присвоив ему ярлык «неполиткорректного деятеля». Последняя группа сложностей, рассмотренная в данной главе – грамматические трансформации, которые обусловлены разницей в строе языков. Для достижения адекватного перевода переводчику приходится использовать множество трансформаций, наиболее частыми из которых являются изменение порядка слов, замена частей речи в предложении, замена залога, а также членение или стяжение предложений.

В третьей главе был проведен анализ перевода КС в предвыборных выступлениях американских и российских президентов. Во многих случаях проанализированных предвыборных выступлений переводчикам удастся сохранить использованные коммуникативные стратегии, а также обеспечить адекватность выполненного перевода. Помимо этого, переводчикам удастся выдержать и стиль речи каждого политика. Нами были выделены следующие закономерности в переводе языковых реализаций коммуникативных стратегий:

- 1) Осуществляя перевод, переводчики руководствуются принципом полноты передачи информации. Переводчики пытаются сохранить и полностью передать всю имеющуюся информацию в предложении и сохранить оказываемый эффект на слушателя, практически переводя отрывки слово в слово, что в некоторых местах складывается ощущение дословности перевода.
- 2) Переводчики всегда испытывают сложности при выборе языковых средств при переводе. Перед переводчиком стоит задача подобрать такой эквивалент, который будет адекватно передавать смысл высказывания, не искажая его, оказывать необходимый политический коммуникативный эффект на своих потенциальных избирателей и сохранить используемую коммуникативную стратегию.
- 3) Добавление слов, отсутствующих в ИЯ. В ряде случаев подобная трансформация приводит к искажению смысла исходного предложения, привнося в него дополнительные значения.
- 4) Опускание слов, присутствующих в ИЯ, которые ведут к потере КС, используемой политиком.

Список использованных источников и литературы

1. "ТИХИЙ ГОЛОС СВИНЬИ": НЕПЕРЕВОДИМАЯ ИГРА СЛОВ ПУТИНА 19 ЛЕТ СТАВИТ В ТУПИК ИНОСТРАНЦЕВ// Первый русский. – [Б. м.], 2021. – URL: https://tsargrad.tv/news/tihij-golos-svini-trudnosti-perevoda-frazy-putina-ozadachili-inostrancev_185456 (дата обращения: 19.05.2021)
2. «Вместе мы – сила»: Путин выступил на митинге в Севастополе // Regnum. [Б. м.], 2021. URL: <https://regnum.ru/news/polit/2390420.html> (дата обращения: 07.05.2021)
3. Агаркова О. А. Коммуникативные стратегии и тактики комплиментарных высказываний // Филологические науки в России и за рубежом: мат-лы междунар. науч. конф. (февраль 2012 г., Санкт-Петербург). — СПб.: Реноме, 2012. – URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/26/1231/> (дата обращения: 19.04.2020).
4. Аكوпова Д. Р. Стратегии и тактики политического дискурса // Вестник Нижегородского университета им. НИ Лобачевского. – 2013. – №. 6-1. – С. 403 – 409.
5. Алешина Е. Ю. Жанровая градация политического дискурса // Российский гуманитарный журнал. – 2016. – Т. 5. – №. 3.
6. Аносова Н. Э. Проблемы перевода англоязычного политического дискурса СМИ // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Общество. Коммуникация. Образование. – 2013. – №. 172.
7. Астафурова Т. Н. Риторика предвыборного выступления/ Т. Н. Астафурова, О. В. Гайкова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2003. – №. 3.
8. Атьман О. В. Вербализация стратегии самопрезентации в президентских предвыборных теледебатах как агональном жанре политического дискурса США // Политическая лингвистика. – 2011. – №. 1. – С. 96 – 102.
9. Атьман О. В. Жанровая специфика президентского дискурса США // Альманах современной науки и образования. – 2009. – №. 2-1. – С. 14 – 16.
10. Баранов А. Г. Введение в прикладную лингвистику Текст. 3-е изд. – 2007.
11. Бархударов, Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
12. Баталов Э. Я. Политическая культура современного американского общества. – М.: Наука, 1990. – 256 с.

13. Березин Ф. М. 2000. 03. 008. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. – 2000. – №. 3. – С. 42 – 47.
14. Биография Дмитрия Медведева / ТАСС. – [М.], 2020. – URL: <https://tass.ru/info/7528553> (дата обращения: 07.06.2021)
15. Большая актуальная политическая энциклопедия/ под ред. А. В. Белякова, О. А. Матвейчева – М.: Эксмо. – 2009.
16. Брандес М. П. Стилистика немецкого языка: Для институтов и факультетов иностранных языков: Учебное пособие. – Высшая школа, 1990.
17. Бродский М. Ю. Политический дискурс и перевод // Политическая лингвистика. – 2011. – №. 1. – С. 103 – 111.
18. Будаев Э. В. Метафора в политической коммуникации [Текст] / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. – М.: Флинта, 2008.
19. Ворожцова Н. В. Предвыборный дискурс и его жанры // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2010. – №. 2 (10). – С. 106 – 113.
20. Гайкова О. В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации: на материале английского языка : дис. – 2003.
21. Галь Н. Слово живое и мертвое. М.: Международные отношения, 2001. – URL: http://dramafond.ru/wp-content/uploads/2014/12/Nora_Gal_Slovo_zhivoe_i_mertvloe.pdf (дата обращения: 17.05.2021)
22. Гафарова Д. В. ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА США/ Д.В. Гафарова, Э. Е. Мухаметшина // ББК 71.0 я 43. – Т 37. – 2017.
23. Глухов А. П. Коммуникативные стратегии российского националистического дискурса: отражение в медийном пространстве // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2010. – №. 5. – С. 52 – 58.
24. Даньшина Е. В. Стратегии и тактики американского предвыборного дискурса. – 2007. – С. 24 – 28.
25. Дубинко С. А. Коммуникативные стратегии в современной лингвокультуре. – 2011. – С. 135 – 137.
26. Ежегодная пресс-конференция Владимира Путина // Администрация Президента России. – [Б. м.], 2021. – URL: http://kremlin.ru/events/president/transcripts/press_conferences/by-date/17.12.2020 (дата обращения: 21.04.2021).

27. Значение come on в английском // Cambridge Dictionary. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/come-on> (дата обращения: 07.06.2021)
28. Идиатуллина А. С. Особенности перевода игры слов в заголовках современной англоязычной прессы /А. С. Идиатуллина, О. Д. Кузьмина. – [Б. м.], 2021. – URL: https://kpfu.ru/staff_files/F947185690/Idiatullina.A.S._Kuzmina.O.D..pdf (дата обращения: 17.05.2021)
29. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. – 2000. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/2000-03-008-issers-o-s-kommunikativnye-strategii-i-taktiki-russkoy-rechi-om-gos-un-t-omsk-1999-284-s-bibliogr-s-264-280>
30. Иссерс О. С. Медиафейки: между правдой и мистификацией // Коммуникативные исследования. – 2014. – №. 2. – С. 112 – 123.
31. Иссерс О. С. Стратегия речевой провокации в публичном диалоге // Русский язык в научном освещении. – 2009. – №. 2. – С. 92 – 104.
32. Калугина Н. Р. и др. Исследование коммуникативных стратегий персонала в ситуации ролевой игры // Педагогическое образование в России. 2018. – 2018. – № 12. – С. 148 – 153.
33. Кириллова А. И. Межкультурная коммуникация через стратегии речевого поведения // Гуманитарные научные исследования. – 2014. № 1. – URL: <http://human.snauka.ru/2014/01/5741> (дата обращения: 05.09.2020).
34. Ключев Е.В. Речевая коммуникация/ Е. В. Ключев. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320 с.
35. Колесникова С. Н. Особенности политического дискурса и его интерпретация // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – №. 33. – С. 67 – 69.
36. Крицкая Е. В. Грамматические аспекты перевода общественно-политических текстов. – 2018. – С. 135 – 142.
37. Куксова М. Ю. Лексико-синтаксические средства воздействия в современной политической речи // Ярославский педагогический вестник. – 2011. – Т. 1. – №. 2. – С. 168 – 172.
38. Кулинич Е. В. Специфика самопрезентации как коммуникативного явления // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2007. № 299. URL:

- <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-samoprezentatsii-kak-kommunikativnogo-yavleniya>
39. Ларина Т. В. Английский стиль фатической коммуникации // Жанры речи. – 2005. – С. 251 – 262.
40. Лобан Т. В. Прецедентный феномен как объект исследования // Веснік МДПУ імя І. П. Шамякіна. – 2016. – №2 (48). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pretsedentnyy-fenomen-kak-obekt-issledovaniya> (дата обращения: 07.05.2021)
41. Мамедов А. Н. Трудности при переводе текстов общественно-политической тематики // Вестник российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. – 2013. – №. 1. – С. 61 – 68.
42. Манаенко Г. Н. Информационно-дискурсивный подход к анализу осложненного предложения // Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Ставропольский государственный педагогический институт". – 2006.
43. Мартынова Н. А. Межкультурная коммуникация как особый вид общения // ОНВ. – 2007. – №2 (54). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnaya-kommunikatsiya-kak-osobyi-vid-obscheniya-1> (дата обращения: 28.09.2020).
44. Назарова Р. З. Прецедентные феномены: проблемы дефиниции и классификации прецедентных феноменов / Р. З. Назарова, М.В. Золотарев // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Серия: Филология. Журналистика. – 2015. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pretsedentnye-fenomeny-problemy-definitcii-i-klassifikatsii-pretsedentnyh-fenomenov> (дата обращения: 07.05.2021)
45. Нельзя // ABBY Lingvo Live. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://www.lingvolive.com/ru-ru/translate/ru-en/%D0%BD%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%B7%D1%8F> (дата обращения: 07.06.2021)
46. Павлова Е. К. Роль перевода в глобальном политическом дискурсе // Английский язык на гуманитарных факультетах: теория и. – 2012. – С. 53 – 64.
47. Палажченко П.Р. Мой несистематический словарь (Из записной книжки переводчика) [Текст]. – 2-е изд. – М.: Р. Валент, 2002.
48. Паршин П. Б. Об оппозиции системоцентричности и антропоцентричности применительно к политической лингвистике. [Б. м.], 2000. URL: <http://www.dialog-21.ru/Archive/2000/> (дата обращения: 24.10.2020)
49. Паршина О. Н. Стратегия удержания власти в речевом поведении российских политических лидеров // Вестник АГТУ. – 2005. – №5. – URL:

- <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-uderzhaniya-vlasti-v-rechevom-povedenii-rossijskih-politicheskikh-liderov> (дата обращения: 19.07.2020).
50. Паули Ю. С. Язык политического дискурса как способ формирования политического института // Теория и практика общественного развития. – 2011. – №. 8. – С. 389 – 391.
51. Певнева И. В. Национальные особенности проявления коммуникативных стратегий в бытовых ситуациях конфликта / И. В. Певнева, А. Г. Фомин // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2008. – №. 1-1. – С. 135 – 139.
52. Певнева И. В. Особенности реализации коммуникативных стратегий в конфронтационных ситуациях общения // Вестник Томского государственного университета. – 2009. – №. 321. – С. 30 – 31.
53. Переводчики Путина раскрыли непередаваемые фразы президента // Kazanfirst. – [Б. м.], 2017. – URL: <https://kazanfirst.ru/news/511330> (дата обращения: 07.05.2021)
54. Пирогова Ю. К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации // Текст. Интертекст. Культура. – 2001. – С. 543 – 553.
55. Попов А. А. Характеристика коммуникативных стратегий, реализуемых в блогах журналистов // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. – 2013. – №6 (149). – С. 161 – 171. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/harakteristika-kommunikativnyh-strategiy-realizuemyh-v-blogah-zhurnalistov> (дата обращения: 29.06.2020).
56. Послание Президента Федеральному Собранию / Президент России. – [М.], 2021. – URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/62582> (дата обращения: 07.05.2021)
57. Послание Президента Федеральному Собранию / Президент России. – [М.], 2021. – URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/1968> (дата обращения: 07.05.2021)
58. Послание Президента Федеральному Собранию // Администрация Президента России. – [Б. м.], 2021. – URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/65418> (дата обращения: 04.05.2021)
59. Послание Президента Федеральному Собранию // Администрация Президента России 2021 год. – [М.], 2021. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/62582>
60. Почему гибель Джорджа Флойда вызвала глобальные протесты // DW. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://www.dw.com/ru/pochemu-gibel-dzhodzha-floyda-vyzvala-globalnye-protesty/a-56787818> (дата обращения: 04.05.2021)

61. Прохоров Ю. Е. Русские: коммуникативное поведение/ Ю. Е. Прохоров, И. А. Стернин. – М.: Флинта. – 2006. – 193 с.
62. Прямая линия с Владимиром Путиным // Администрация Президента России. – [Москва], 2021. – URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/20796/work> (дата обращения: 08.05.2021)
63. Прямая линия с Владимиром Путиным 2015, 30 - Сложная ситуация: муж и собака// LingQ. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://www.lingq.com/it/lesson/30-slozhnaia-situatsiia-muzh-i-sobaka-538949/> (дата рождения: 08.05.2021)
64. Путин — о ЛГБТ: «Трансформеры, транс (гендеры)...Дай бог здоровья всем!» // ZNAK. – [Б. м.], 2021. – URL: https://www.znak.com/2019-06-29/putin_o_lgbt_transformery_trans_gendery_day_bog_zdorovya_vsem (дата обращения: 28.05.2021)
65. Путин заявил, что доля бедных в России к 2030 году должна снизиться до 6,5%// ТАСС. – [Москва], 2021. – URL: <https://tass.ru/obschestvo/10280935>
66. Путин назвал борьбу с бедностью главной задачей России // Ведомости. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/news/2021/01/27/855680-putin-nazval-borbu-s-bednostyu-glavnoi-zadachei-rossii> (дата обращения: 28.05.2021)
67. Путин о Навальном: если бы хотели отравить, довели бы дело до конца // BBC news, русская служба. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://www.bbc.com/russian/news-55329071> (дата обращения: 04.05.2021)
68. Путин признался, что переживал из-за своей фразы "мочить в сортире" // Интерфакс. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://www.interfax.ru/russia/199457> (дата обращения: 07.05.2021)
69. Путин про митинги: Все имеют право выражать точку зрения в рамках закона, но нельзя приводить к раскачке общества // Фонтанка.ру, Санкт – Петербург онлайн. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://www.fontanka.ru/2021/01/25/69723821/> (дата обращения: 04.05.2021)
70. Путин прокомментировал борьбу чернокожих за свои права // Lenta.ru. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://lenta.ru/news/2020/06/14/putinvv/> (дата обращения: 28.05.2021)
71. Путин рассказал о вреде лозунга «Россия только для русских»// Ведомости. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://www.vedomosti.ru/society/news/2021/02/17/858286-o-vrede-lozunga-rossiya-tolko-dlya-russkih> (дата обращения: 28.05.2021)
72. Путин утвердил новую редакцию стратегии противодействия экстремизму // Известие. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://iz.ru/1017452/2020-05-29/putin-utverdil-novuiu-redaktciiu-strategii-protivodeistviia-ekstremizmu> (дата обращения: 04.05.2021)

73. Путин: Донбасс порожняк не гонит // Газета.ru. – [Б. м.], 2021. – URL: https://www.gazeta.ru/politics/news/2019/12/19/n_13833140.shtml (дата обращения: 07.05.2021)
74. Резникова Н. А. Семантический анализ политической лексики // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2005. – №. 4. – С. 49 – 54.
75. Романова Т. В. Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика // Политическая лингвистика. – 2009. – №. 27. – С. 109 – 117.
76. Самарина И. В. Прагмалингвистическое исследование речевой деятельности политиков по коммуникативным стратегиям «Создания круга своих и круга чужих» // Вестник Самарского государственного университета. – 2006. – №. 8. – С. 213 – 219.
77. Саядова А. О. Когнитивно-дискурсивные характеристики британского политического дискурса и американского политического дискурса (на материале американских и британских предвыборных выступлений). – 2018. – 70 с.
78. Стернин И. А.. Теоретические проблемы описания коммуникативного поведения / И. А. Стернин, У. Д. Камбаралиева // Коммуникативные исследования. – 2018. – №2 (16). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-problemy-opisaniya-kommunikativnogo-povedeniya> (дата обращения: 24.09.2020).
79. Т. А. ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. Пер. с англ. / Сост. В.В. Петрова; Под ред. В.И. Герасимова; Вступ. ст. Ю. Н. Караулова и В.В. Петрова. М.: Прогресс, 1989. – 300 с.
80. Терихов С. А. О социальном аспекте речевого взаимодействия в коммуникативном контексте // Классическое лингвистическое образование в современном мультикультурном пространстве. – 2004. – С. 147 – 149.
81. Толковый словарь Ожегова / Gufo.me. – [М.], 2021. – URL: <https://gufo.me/dict/ozhegov/%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%82> (дата обращения: 09.06.2021)
82. Толковый словарь Ожегова // Gufo.me. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://gufo.me/dict/ozhegov/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D0%B0> (дата обращения: 06.06.2021)
83. Толковый словарь Ожегова/ Gufo.me. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://gufo.me/dict/ozhegov/%D0%BD%D0%B0%D0%BF%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5> (дата обращения: 28.05.2021)

84. ТОРЖЕСТВЕННАЯ РЕЧЬ БАРАКА ОБАМЫ 5 НОЯБРЯ 2008 Г. // Интелрос. – [Б. м.], 2021. – URL: <http://www.intelros.ru/subject/discourses/2988-torzhestvennaja-rech-baraka-obamy-5.html> (дата обращения: 28.05.2021)
85. Трамп поведал о произнесенном Путиным плохом слове об Обаме на букву «н»// Lenta.ru. – URL: <https://lenta.ru/news/2016/07/27/n/>
86. Ушакин С. А. Речь как политическое действие // Полис. – 1995. – № 5. – С. 149 – 153.
87. Хабекирова З. С. Стратегия дискредитации и приемы ее реализации в политическом дискурсе демократической оппозиции // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2011. №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-diskreditatsii-i-priemy-ee-realizatsii-v-politicheskom-diskurse-demokraticeskoy-oppozitsii> (дата обращения: 11.07.2020).
88. Халатян А. Б. Предвыборный дискурс // Политическая лингвистика. – 2011. – №. 2. – С. 180 – 187.
89. Халезина, Э. С. Способы перевода прецедентных феноменов в англоязычном художественном тексте. – [Б. м.], 2017. – URL: http://elib.cspu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/1396/%20%20%20%20%20%20%20%20_%20_%20_%20%20%20.pdf?sequence=1 (дата обращения: 07.05.2021)
90. Цзюй Ч. Стратегии презентации и самопрезентации и способы их языкового воплощения в радиопрограммах о культуре: магистерская диссертация по направлению подготовки: 45.04.01 - Филология / Цзюй, Чуанья – Томск, 2016. – URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vital:3187>
91. Чудинов А. П. Дискурсивные характеристики политической коммуникации // Политическая лингвистика. – 2012. – №. 2. – С. 53 – 59.
92. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. – Общество с ограниченной ответственностью ФЛИНТА, 2012. – 256 с.
93. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2000.
94. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис.... д-ра филол. наук: 10.02. 01, 10.02. 19. Волгоград, 2000. – 431 с. – 2000.
95. HADI A. L. I. A. К вопросу об определении понятий «политический язык» и «политический дискурс» в средствах массовой информации // Al-Adab Journal (ISSN: 1994473X). – 2019. – Т. 1. – №. 129. – С. 55 – 66.

96. All of the Glorious Puns in President Obama's Final Turkey Pardon Speech / Bazaar. – 2021. – URL: <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/news/a19019/barack-obama-turkey-pardoning-speech-puns> (date of request: 19.05.2021)
97. Donald Trump 2016 RNC draft speech transcript // Politico. – 2016. – URL: <http://www.politico.com/story/2016/07/full-transcript-donald-trump-nominationacceptance-speech-at-rnc-225974> (date of request: 12.06.2021)
98. Donald Trump immigration speech in Arizona 31 .08.2016 // Politico. – 2016. – URL: <http://www.politico.com/story/2016/08/donald-trumpimmigration-address-transcript227614> (date of request: 12.06.2021)
99. Donald Trump: 'We are going to make America so great again' // BBC news, русская служба. – 2021. – URL: <https://www.bbc.com/news/av/election-us-2016-35537831> (date of request: 07.05.2021)
100. Donald Trump's Foreign Policy Speech // The New York Times. – 27.04.2016. – URL: <https://www.nytimes.com/2016/04/28/us/politics/transcript-trump-foreign-policy.html> (date of request: 12.06.2021)
101. Donald Trump's Victory Speech // The New York Times. – 09.11.2016. – 2016. – URL: https://www.nytimes.com/2016/11/10/us/politics/trumpspeech-transcript.html?_r=1 (date of request: 12.06.2021)
102. Dvořák P. Translating Metaphors within Political Discourse: The Case of EU : diss. – Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. – 2012.
103. Election Night Victory Speech Grant Park, Illinois November 4, 2008. – 2008. – URL: <http://obamaspeeches.com/E11-Barack-Obama-Election-Night-Victory-Speech-Grant-Park-Illinois-November-4-2008.htm> (date of request: 21.04.2021)
104. French Socialist Party split over presidency / The New York times. – 2021. – URL: <https://www.nytimes.com/2006/08/27/world/europe/27iht-france.html> (date of request: 28.05.2021)
105. FULL TRANSCRIPT: President Obama's speech on the 50th anniversary of the March on Washington / The Washington Post. – URL: https://www.washingtonpost.com/politics/transcript-president-obamas-speech-on-the-50th-anniversary-of-the-march-on-washington/2013/08/28/0138e01e-0ffb-11e3-8cdd-bcdc09410972_story.html (date of request: 08.05.2021)
106. Houston T. Communication Strategies in the Foreign Language Classroom. Applied Language Learning. – 2006. - №16. – P. 65– 82.
107. Inaugural Address By President Barack Hussein Obama / The White House. President Barack Obama. – URL:

- https://obamawhitehouse.archives.gov/realitycheck/the_press_office/President_Barack_O_bamas_Inaugural_Address (date of request: 07.05.2021)
108. Korneeva A. Communicative behavior as the way of expressing cultural identity // SHS Web of Conferences. – EDP Sciences, 2018. – Vol. 55. – P. 02025.
109. Malyuga E. N. COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS OF SPEECH MANIPULATION IN INTERCULTURAL BUSINESS DISCOURSE / E. N. Malyuga, T. Barry // Training, Language and Culture. – 2017. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/communicative-strategies-and-tactics-of-speech-manipulation-in-intercultural-business-discourse> (date of request: 27.06.2020)
110. Meaning of challenge in English // Cambridge Dictionary. – 2021. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/challenge> (date of request: 06.06.2021)
111. Meaning of force in English/ Cambridge Dictionary. – 2021. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/force> (date of request: 11.06.2021)
112. Meaning of growing in English/ Cambridge Dictionary. – 2021. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/growing> (date of request: 11.06.2021)
113. Obama Inaugural Address 20th January 2009. – 2021. – URL: <http://obamaspeeches.com/> (date of request: 21.04.2021)
114. Oweis T. A LITERATURE REVIEW ON COMMUNICATION STRATEGIES IN LANGUAGE LEARNING // European Scientific Journal, ESJ. – 2013. – №9 (26). – P. 245 – 267.
115. Pomper G. M. The Presidential Election // The Election of 2000: Reports and Interpretations. — Chatham House Publishers of Seven Bridges Press, LLC. – 2001. – P. 125 – 155.
116. Presidential Address to the Federal Assembly / President of Russia. – [M.], 2021. – URL: <http://en.kremlin.ru/events/president/news/62582> (date of request: 11.06.2021)
117. Presidential Address to the Federal Assembly/ President of Russia. – [M.], 2021. – URL: <http://en.kremlin.ru/events/president/transcripts/1968> (date of request: 11.06.2021)
118. Remarks by the President on the Administration's Approach to Counterterrorism // The White House. President Barack Obama. – 2021. – URL: <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2016/12/06/remarks-president-administrations-approach-counterterrorism> (date of request: 04.05.2021)
119. RONALD REAGAN, “EVIL EMPIRE SPEECH” (8 MARCH 1983) / Voices of democracy. The U.S. Oratory Project. – URL:

- <https://voicesofdemocracy.umd.edu/reagan-evil-empire-speech-text/> (date of request: 07.05.2021)
120. Sharndama E. C. Discursive strategies in political speech: a critical discourse analysis of selected inaugural speeches of the 2015 Nigeria's gubernatorial inaugurals // European Journal of English Language, Linguistics and Literature. – 2016. – Vol. 3. – №. 2. – P. 15 – 28.
 121. The 7 Types of Jokes in Obama's State of the Union Addresses / Time. – 2021. – URL: <https://time.com/3664609/obama-state-union-humor-jokes/> (date of request: 19.05.2021)
 122. The Sinews of Peace ('Iron Curtain Speech') / International Churchill Society. – URL: <https://winstonchurchill.org/resources/speeches/1946-1963-elder-statesman/the-sinews-of-peace/> (date of request: 07.05.2021)
 123. Trump goes after Black Lives Matter, 'toxic propaganda' in schools // Politico. – 2021. – URL: <https://www.politico.com/news/2020/09/17/trump-black-lives-matter-1619-project-417162> (date of request: 04.05.2021)
 124. Trump implies Putin called Obama the N-word / The Hill. – 2021. – URL: <https://thehill.com/blogs/ballot-box/presidential-races/289470-trump-implies-putin-used-the-n-word-when-talking-about> (date of request: 21.05.2021)
 125. Trump: Black Lives Matter is a 'symbol of hate' // Politico. – 2021. – URL: <https://www.politico.com/news/2020/07/01/trump-black-lives-matter-347051> (date of request: 04.05.2021)
 126. Trump's Game Changing Gettysburg Speech // Beforeitsnews – 25.10.2016. – URL: <http://beforeitsnews.com/u-s-politics/2016/10/trumps-game-changing-gettysburg-speechoct-22-2016-full-text-2511471.html> (date of request: 12.06.2021)
 127. U.S. ELECTIONS | Guide to the 2008 Election / US Department of state. – 2021. – URL: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/475730004f018b46b2a2f63170baead1/AmericaGov_ObamaVictorySpeech-McCainConcessionSpeech.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=475730004f018b46b2a2f63170baead1 (date of request: 28.05.2021)
 128. Wodak R. Pragmatics and Critical Discourse Analysis. A cross-disciplinary inquiry. – 2021. URL: <http://www.benjamins.com>
 129. Yakubenko K.S. Communicative behaviour problem in the context of cross-cultural interaction / K. S. Yakubenko, M. A. Gogoleva // Символ науки. – 2015. – №10-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/communicative-behaviour-problem-in-the-context-of-cross-cultural-interaction>

Отчет о проверке на заимствования №1



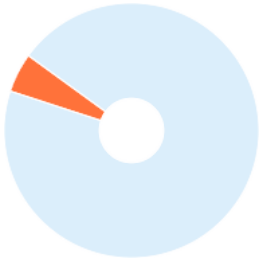
Автор: madam.dasha.97@yandex.ru / ID: 5136236
Проверяющий: madam.dasha.97@yandex.ru / ID: 5136236
Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат» - users.antiplagiat.ru

ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 22
Начало загрузки: 15.06.2021 11:32:15
Длительность загрузки: 00:00:06
Имя исходного файла: Ивойлова Д. И.,
ФИЯ.pdf
Название документа: Ивойлова Д. И., ФИЯ
Размер текста: 216 кБ
Символов в тексте: 220850
Слов в тексте: 27738
Число предложений: 2616

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Начало проверки: 15.06.2021 11:32:22
Длительность проверки: 00:00:10
Комментарии: не указано
Модули поиска: Интернет



ЗАИМСТВОВАНИЯ	САМОЦИТИРОВАНИЯ	ЦИТИРОВАНИЯ	ОРИГИНАЛЬНОСТЬ
4,57%	0%	0%	95,43%

Заимствования — доля всех найденных текстовых пересечений, за исключением тех, которые система отнесла к цитированиям, по отношению к общему объему документа.
Самоцитирования — доля фрагментов текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника, автором или соавтором которого является автор проверяемого документа, по отношению к общему объему документа.
Цитирования — доля текстовых пересечений, которые не являются авторскими, но система посчитала их использование корректным, по отношению к общему объему документа. Сюда относятся оформленные по ГОСТу цитаты; общеупотребительные выражения; фрагменты текста, найденные в источниках из коллекций нормативно-правовой документации.
Текстовое пересечение — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.
Источник — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.
Оригинальность — доля фрагментов текста проверяемого документа, не обнаруженных ни в одном источнике, по которым шла проверка, по отношению к общему объему документа.
Заимствования, самоцитирования, цитирования и оригинальность являются отдельными показателями и в сумме дают 100%, что соответствует всему тексту проверяемого документа.
Обращаем Ваше внимание, что система находит текстовые пересечения проверяемого документа с проиндексированными в системе текстовыми источниками. При этом система является вспомогательным инструментом, определение корректности и правомерности заимствований или цитирований, а также авторства текстовых фрагментов проверяемого документа остается в компетенции проверяющего.

№	Доля в отчете	Доля в тексте	Источник	Актуален на	Модуль поиска	Блоков в отчете	Блоков в тексте
[01]	1,89%	1,89%	Presidential Address to the Federal Assembly https://globalsecurity.org	12 Авг 2020	Интернет	27	27
[02]	1,51%	1,51%	FULL TEXT OF RUSSIAN PRESIDENT DMITRY MEDVEDEV'S NOVEMBER 5, 2008, ADDRESS TO THE FEDERAL ASSEMBLY OF THE RUSSIAN FEDERATION AND NOVEMBER 15, 2008, SPEECH AT THE G-20 SUMMIT Real Liberal Christian Church (1/2) http://realliberalchristianchurch.org	07 Янв 2021	Интернет	24	24
[03]	1,18%	1,18%	Дмитрий Медведев: надо увеличить сроки полномочий Президента до шести лет https://kp.ru	16 Дек 2018	Интернет	23	23