

**«Коммуникативные стратегии убеждения в английском кинодискурсе и их передача при переводе фильмов “Учителю, с любовью”, “История Рона Кларка”, “Учитель года”»**

**Исаева Гунель Мамед кызы**

Студент (бакалавр)

Московский городской педагогический университет, Москва, Россия

E-mail: isaeva110@gmail.com

Зарубежные фильмы входят в жизнь большинства зрителей благодаря переводу. Для того чтобы донести до масс основную просветительскую функцию кинофильмов, необходима их качественная передача на язык принимающей культуры.

Воздействие на реципиента - одна из важнейших функций кино, что накладывает на переводчика определенные обязательства. Перевод должен вызывать те же чувства и эмоции, которые вызывает оригинал, передавать те же нравственные поучения.

Для выявления и систематизации коммуникативных стратегий убеждения и определения основных способов их перевода с английского языка на русский, был проведён анализ высказываний, содержащих элементы воздействия на зрителя. Все эти высказывания принадлежат главным героям фильмов - учителям, формирующим нравственность своих учеников. При анализе коммуникативных стратегий мы опираемся на воззрения О.С. Иссерс [1] и Ю.К. Пироговой [2].

Было выявлено, что стратегия убеждения является доминирующей во всех трёх фильмах и может включать в себя различные тактики речевого воздействия, которые помогают сформировать личность учащегося. Например:

Тактика похвалы и одобрения, основанная на широком употреблении оценочных языковых средств:

*“You different special in your own way, live it, own it.”*

«Вы все яркие по-своему личности, так будьте ими, не надо никому подражать.» («Учитель года»);

*“It’s really good, you get quite talent for this.”*

«Очень хорошо, у тебя есть талант.» («История Рона Кларка»).

Ценностно-ориентированные тактики:

*“I would like you all to understand that for this moment forward each and every minute, every second is a precious for each and everyone of you.”*

«Я прошу каждого из вас осознавать, что для вас бесценной является каждая минута, каждая секунда» («Учитель года»);

*“Shameika, this is a family, and family treats each other with respect, they never ever lie to one another.”*

«Шамика, это семья, а в семье люди относятся друг к другу с уважением, никогда друг другу не лгут.» («История Рона Кларка»);

*“Next. . .for example, there are two ways to enter a room: one is like an adult, a lady with dignity, the other is like a brat.”*

*«Далее... например, войти в класс можно двумя способами: либо как взрослый человек, как уважающая себя женщина, либо как оборванка.» («Учителю, с любовью»).*

В фильме «Учителю, с любовью» преподаватель передаёт свой жизненный опыт: *“But that’s just an example of the many things you have to put up with when you are an adult, you will just have to take it.”*

- *«Но взрослым людям приходится и не такое терпеть, смиритесь с этим.» («Учителю, с любовью»)*), а в «Истории Рона Кларка» воздействует на эмоциональную сферу, развивает познавательные способности детей. Ученики в фильмах «Учитель года» и «История Рона Кларка» принадлежат к одной возрастной группе. В фильме «Учителю, с любовью» они намного старше. Приведём пример:

- *“If you apologize because you’re afraid then you are a child, not a man.”* -

*«Если ты извинишься, потому что боишься, то ты ребёнок, а не мужчина.»*

Различие в возрасте заставляет учителей прибегать к разным коммуникативным стратегиям. Но каждый из них преследует одну цель - воспитание нравственной личности, способной нести ответственность за свои поступки.

Следует отметить выявленную нами особенность, что даже при сохранении переводчиками воздействующей функции коммуникативных стратегий, при переводе на русский язык тактики могут изменяться. Например, в оригинале используется тактика апелляции к личному опыту (знакомства с человеком):

- *“I had the privilege of knowing a young man so empowered by the spirit of knowledge, that he invites miracles.”*. При передаче данного высказывания переводчик прибегает к использованию тактики комплимента:

*«Ты для меня чрезвычайно дорог своей неуёмной жаждой знаний, которая способна творить чудеса.» («Учитель года»).*

Мы предполагаем, что дальнейшее рассмотрение коммуникативных стратегий и способов их перевода позволит выявить новые тактики и предложить алгоритм их адекватной передачи на русский язык.

Следует отметить, что от адекватной передачи коммуникативных стратегий убеждения зависит качество перевода и степень воздействия фильма на зрителя.

## Литература

Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи - Изд. 5-е. - М.: Издательство ЛКИ, 2008. - 288 с.

Пирогова, Ю.К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации / Ю.К. Пирогова // Текст. Интертекст. Культура. - М.: Азбуковик, 2001. - С. 543-553.

## Источники и литература

- 1) Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи – Изд. 5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
- 2) Пирогова, Ю.К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе: опыт типологизации / Ю.К. Пирогова // Текст. Интертекст. Культура. – М.: Азбуковик, 2001. – С. 543–553.