

**ЛОЖНЫЕ ДРУЗЬЯ ПЕРЕВОДЧИКА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ  
И ФРАНКОЯЗЫЧНОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА**

Сегодня, в эпоху глобализации, электронные СМИ стали основным средством быстрой передачи информации. Новостные сводки, репортажи, статьи, авторские колонки – все это помогает получать актуальные сведения о происходящих в мире событиях. В связи с этим выросла потребность в быстром и качественном переводе такого типа текстов на другие языки.

Принимая во внимание роль английского как языка международного общения, большое количество региональных новостных агентств выпускают свои материалы дополнительно и на нем. Этот фактор способствует проникновению в настоящий момент значительного количества лексики из английского языка во французский, несмотря на все усилия по поддержанию чистоты языка.

В то же время, в английском языке сохранилось большое количество ранних заимствований, имеющих исконно французское происхождение. Многолетнее тесное взаимодействие двух языков, вызванное историческими событиями и продолжающееся и по сей день, является причиной появления “ложных друзей переводчика” в их лексическом составе. Одним из факторов, обусловившим взаимопроникновение языков, также послужила их принадлежность к европейскому языковому союзу, что определяет их значительное типологическое сходство (В. В. Акуленко, 1972).

Значительная распространенность текстов медийного дискурса, а также переводческие трудности, возникающие при работе с ними, определяют актуальность рассматриваемой проблемы. Целью работы является определение основных способов перевода “ложных друзей переводчика”, встречающихся в англоязычном и франкоязычном медийном дискурсе, на русский язык.

Фактологической базой исследования послужили 30 статей из англоязычных версий французских Интернет-СМИ: AFP, France 24, Le Monde. Методом сплошной выборки было отобрано 100 коррелятивных лексических единиц английского и французского языка. Теоретической основой для исследования являлись работы В. В. Акуленко, Н. Э. Аносовой, И. В. Арнольд, У. Вайнрайха, С. С. Савиной, Г. Я. Солганика.

Медийный дискурс постоянно взаимодействует с другими видами дискурса и их составными частями: политическим, научным, спортивным, рекламным и художественным дискурсом. Различные виды дискурса могут пересекаться и накладываться друг на друга в одном тексте, при этом происходит размытие их границ. По этой причине любой материал СМИ следует рассматривать как часть медийного дискурса.

Медийный дискурс отражает основные особенности культуры и текущее состояние языка в обществе. Культурологическая маркированность медиатекстов выражается прежде всего в семантике, синтактике и прагматике языковых знаков его составляющих (Н. Э. Аносова, 2013).

Основным реципиентом медийного дискурса является массовая аудитория, он формируется текстами, имеющими цель передачи информации, а при их переводе требуется сохранение коммуникативной направленности оригинала.

Медиатекст является основным представителем медийного дискурса, а его объем и содержание могут изменяться в зависимости от средства массовой информации, в котором он был размещен.

Медиатекст – разновидность текста, принадлежащая массовой информации, а также характеризующаяся особым типом автора, совпадением производителя и субъекта речи, особой текстовой модальностью: открытая речь, многообразное проявление авторского я, рассчитанная на массовую аудиторию (Г. Я. Солганик, 2005).

Комплексная синтаксическая структура медиатекста предусматривает его возможность выступать в различных типологических вариантах. При помощи гипертекстовых связей автор может выносить определенную информацию за рамки текста – происходит нарушение жанровой границы конкретного медиатекста и смешение в одном тексте сразу нескольких жанров.

Как англоязычные, так и франкоязычные Интернет-СМИ обладают присущими им характерными особенностями. Однако в текстах медийного дискурса на обоих языках можно отметить некоторые сходства: ориентированность на массовую аудиторию, присутствие авторской оценки, а также наличие большого количества средств лексической выразительности.

“Ложные друзья переводчика” являются результатом межъязыковой семантической интерференции двух или более языков. В результате смешения похожих лексических единиц происходит нарушение языковой нормы (У. Вайнрайх, 1979). Достаточно часто они представлены межъязыковыми омонимами и этимологическими дублетами, которые имеют лишь частично различающиеся значения (И. В. Арнольд, 2012). Выявление в тексте и адекватный перевод такого типа “ложных друзей переводчика” не представляет значительных трудностей.

При переводе лексических единиц с одного языка на другой не всегда возможно найти точный эквивалент, обладающий всей полнотой семантики оригинала. Словарный состав английского и французского языков также не является исключением – зачастую между лексическими единицами обоих языков наблюдается лишь частичное соответствие как на уровне означаемого, так и на уровне означаемого (С. С. Савина, 2011).

На уровне означаемого необходимо провести различие между полными и частичными “ложными друзьями”. У первых нет общих значений. В эту категорию попадают такие пары слов, как англ. *actual* ‘реальный’ и франц. *actuel* ‘нынешний’, *engaged* ‘вовлеченный’ – *engagé* ‘преданный’, *caution* ‘осторожность’ – *caution* ‘залог’, *confection* ‘изготовление сладостей’ – *confection* ‘швейное производство’, *close* ‘конец’ – *clos* ‘виноградник’, *lecture* ‘лекция’ – *lecture* ‘чтение’, *deceive* ‘обманывать’ – *décevoir* ‘разочаровывать’, *surname* ‘фамилия’ – *surnom* ‘имя’.

На уровне означающего между единицами словарного состава также существуют различия, способные запутать невнимательного переводчика. Одним из часто встречающихся “ложных друзей” в медиатекстах является английское словосочетание с интернациональным словом *secretary* – *Secretary of State* ‘Государственный секретарь’ и аналогичное французское словосочетание *le secrétaire d'État* ‘заместитель министра’, которые нередко оказываются неверно взаимозаменяемыми в переводе. Иногда переводчик не вдумывается в различия серы употребления и употребляет кальку для обозначения различных денотатов.

Ярким примером лексики с различиями плана содержания и плана выражения также являются английские слова *historic* ‘исторический, легендарный’ и *historical* ‘исторический, связанный с историей’ и французское *historique* ‘легендарный, связанный с историей’. Французское прилагательное *historique* имеет два вариантных соответствия в английском языке, так как в процессе взаимодействия языков в английском образовались морфологические дубликаты, каждый из которых образует свою собственную триаду с французским диапаронимом.

В текстах англоязычного и медийного дискурса нам также встретились такие лексические единицы с частичным совпадением значений как французское *signifier* ‘обозначать, означать’ и соответствующие ему слова английского языка *signify* ‘обозначать’, *mean* ‘означать’.

В качестве примера различий в сочетаемости, которая появилась в процессе развития обоих языков, можно привести такие прилагательные, как схожие по значению английское *false* и французское *faux* ‘ложный, ненастоящий’. Она совпадает в словосочетаниях *false beard* – *fausse barbe* ‘накладная борода’; *false teeth* – *fausses dents* ‘вставные зубы’, однако отличается в словосочетаниях *blind window* – *fausse fenêtre* ‘ложное окно’. Еще одним из обнаруженных нами примеров является сочетаемость французского слова *assurance* ‘страховка’, которое соответствует английскому *insurance* ‘страховка’ во всех значениях, кроме *life assurance* – *assurance-vie* ‘страхование жизни’.

По результатам проведенного исследования нами было выделено несколько способов перевода “ложных друзей переводчика” в англоязычном и франкоязычном медийном дискурсе: добавление, поиск точного эквивалента, лексическая замена.

Таким образом, в медийных текстах на английском и французском языках встречается значительное количество “ложных друзей переводчика”, которые

могут вызвать затруднения при передаче на другой язык. Большинство из возникающих проблем при переводе данного вида лексики можно решить, обратившись к двуязычному словарю для поиска точного лексического соответствия в языке перевода. В случае, если такой эквивалент отсутствует, то в процессе перевода необходимо учитывать особенности оригинала и исходя из этого производить стилевые, языковые или контекстные преобразования, сохраняя при этом коммуникативную направленность текста.