

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Теория и практика перевода»

(наименование)

45.03.02 Лингвистика

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Перевод и переводоведение

(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Особенности перевода текстов интервью со звездой с английского языка на русский

Обучающийся

С. Я. Аббасова

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

к. пед. н., доцент А. Н. Малявина

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2023

Аннотация

Актуальность работы обусловлена необходимостью более полного изучения того, каким образом необходимо переводить тексты интервью, так как подобные тексты вызывают неизменный интерес со стороны читателей, владеющих разными языками.

Объектом исследования являются тексты интервью со звездой на английском языке.

Предмет исследования составляют преобразования, используемые при переводе интервью со звездой на русский язык.

Цель работы – определить особенности перевода текстов интервью со звездой.

Цель исследования обусловила решение в ходе работы следующих **задач**:

- изучить текст интервью в жанровом и стилистическом аспекте в англоязычной и русскоязычной научной традиции;
- охарактеризовать принципы перевода текстов интервью, представленные в теоретических источниках;
- провести предпереводческий анализ текстов интервью со звездой на английском языке;
- проанализировать перевод текстов интервью со звездой на русский язык.

Бакалаврская работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемой литературы.

Во введении определяются цель, задачи и методы исследования.

В первой главе «Теоретические аспекты перевода текстов интервью со звездой» рассматривается понятие текста интервью в жанровом и стилистическом аспектах; определяются принципы перевода текстов интервью, представленные в различных теоретических исследованиях.

Во второй главе «Тексты интервью со звездой на английском языке» проводится предпереводческий анализ текстов интервью со звездой на английском языке, а также осуществляется анализ перевода текстов интервью на русский язык с установлением частотности переводческих трансформаций, использованных в процессе перевода.

В заключении размещены основные выводы исследования.

Список используемой литературы и используемых источников включает 49 научных источников.

Общий объем работы составляет 60 страниц.

Оглавление

Введение.....	5
Глава 1 Теоретические аспекты перевода текстов интервью со звездой.....	7
1.1 Изучение текстов интервью в жанровом и стилистическом аспекте в англоязычной и русскоязычной научной традиции	7
1.2 Принципы перевода текстов интервью в теоретическом аспекте	18
Глава 2 Тексты интервью со звездой на английском языке в аспекте перевода	28
2.1 Предпереводческий анализ текстов интервью со звездой на английском языке	28
2.2 Анализ перевода на русский язык текстов интервью со звездой	40
Заключение	53
Список используемой литературы и используемых источников.....	56

Введение

Процесс перевода с одного языка на другой представляет собой не только предмет переводческой теории, но и объект творческого переосмысления. Понятие «перевод» применимо к различным сферам человеческой деятельности: лингвистика, техническая сфера, творчество, киноиндустрия и так далее.

Актуальность работы обусловлена необходимостью более полного изучения того, каким образом необходимо переводить тексты интервью, так как подобные тексты вызывают неизменный интерес со стороны читателей, владеющих разными языками.

Объектом исследования являются тексты интервью со звездой на английском языке.

Предмет исследования составляют преобразования, используемые при переводе интервью со звездой на русский язык.

Цель работы – определить особенности перевода текстов интервью со звездой.

Цель исследования обусловила решение в ходе работы следующих **задач**:

- изучить текст интервью в жанровом и стилистическом аспекте в англоязычной и русскоязычной научной традиции;
- охарактеризовать принципы перевода текстов интервью, представленные в теоретических источниках;
- провести предпереводческий анализ текстов интервью со звездой на английском языке;
- проанализировать перевод текстов интервью со звездой на русский язык.

Для решения поставленных задач в данной работе используются следующие **методы**: метод анализа научной литературы, метод синтеза, предпереводческий анализ, сравнительный анализ сопоставления текста

перевода с текстом оригинала, трансформационный и количественный анализ.

Материалом исследования послужили тексты интервью со звездой на английском языке, объем которых составил 100 тыс. печатных знаков с пробелами, а также их перевод на русский язык.

Теоретической базой исследования послужили научные работы Л. С. Бархударова, В. Г. Гака, Р. К. Миньяр-Белоручева, В. Н. Комиссарова, Я. И. Рецкера, А. В. Федорова и других.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы при разработке практических заданий по курсу перевода.

Бакалаврская работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

Во **введении** определяются цель, задачи и методы исследования.

В **первой главе** «Теоретические аспекты перевода текстов интервью со звездой» рассматривается понятие текста интервью в жанровом и стилистическом аспектах; определяются принципы перевода текстов интервью, представленные в различных теоретических исследованиях.

Во **второй главе** «Тексты интервью со звездой на английском языке» проводится предпереводческий анализ текстов интервью со звездой на английском языке, а также осуществляется анализ перевода текстов интервью на русский язык с установлением частотности переводческих трансформаций, использованных в процессе перевода.

В **заключении** размещены основные выводы исследования.

Список **используемой литературы и используемых источников** состоит из 49 научных источников.

Глава 1 Теоретические аспекты перевода текстов интервью со звездой

1.1 Изучение текстов интервью в жанровом и стилистическом аспекте в англоязычной и русскоязычной научной традиции

Метод интервью является популярным средством получения информации и используется повсеместно. Впервые такой метод был использован еще в античные времена. Мыслители заметили, что «беседа, построенная необходимым собеседнику образом, или беседа определенной тематики является способом получения знания о текущих событиях, устремлениях и воззрениях людей» [12, с. 87]. Например, еще Сократ использовал диалог для получения философских знаний. Используя свой метод, он сначала разделял свою мысль на небольшие части и каждую эту часть подавал собеседнику в форме вопроса [7, с. 18].

Как отмечает Т. А. Казакова, «взаимодействие собеседников в интервью и в наше время проходит по типу “вопрос – ответ”. Следовательно, основной принцип интервью остался неизменным: один – задает вопрос, другой – формулирует и дает ответ» [15, с. 106].

В современной лингвистике используются различные толкования к понятию «интервью». Например, в толковом словаре С. И. Ожегова представлена следующая дефиниция: «Интервью – предназначенная для печати (или передачи по радио, телевидению) беседа с каким-нибудь лицом. Интервью представляет собой особую форму коммуникации. Она основана на взаимодействии интервьюера, интервьюируемого и публики» [31, с. 206].

В свою очередь, по мнению Е. А. Николенко, интервью есть «целостный акт коммуникации, который предполагает диалог журналиста с интервьюируемым в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений, суждений, представляющих интерес для общества» [29, с. 52].

Т. И. Попова выделяет следующие характерные черты жанра интервью: «а) направленность беседы на ее распространение в СМИ; б) публичный характер разговора; в) собеседник – общественно значимая фигура; г) личное общение журналиста и респондента; д) вопросно-ответная форма; е) двуадресность – интервью рассчитано не только на информирование и воздействия на журналиста, но и на аудиторию» [32, с. 202].

Н.В. Сигарева и Л. С. Сеницына также отмечают, что важными и неизменными достоинствами интервью, как и ряда других журналистских материалов, являются «актуальность, политическая целеустремленность, практичность, общественная значимость. Соответственно, можно выделить следующие функции интервью как жанра журналистики: информативная, воздействующая, идеологическая» [36, с. 31].

В исследованиях Е. В. Швеца отмечено, что «назначением интервью можно назвать донесение важной информации из достоверных источников, всестороннее раскрытие конкретного факта со ссылкой на интервьюируемого, а также изложение общественного мнения касаясь какого-либо события» [44, с. 12]. В своем диссертационном исследовании ученый также выделяет цели интервью со звездой: информационную, воспитательную и познавательную.

Конечно, подобные материалы обладают особой действенностью, ведь им характерна убедительность и достоверность, так как они содержат свидетельства, заявление, сообщение авторитетной личности. Этот жанр позволяет описать и внутренний мир человека, отразить его мысли, мечты, передать настроение.

Таким образом, жанр интервью – эффективная форма не только информирования, но и убеждения.

С. Н. Ильченко дает важное уточнение, которое касается разграничения целей интервьюера и гостя в процессе интервью: «Каждый участник интервью преследует свою цель встречи. Целью интервьюера является знакомство читательской аудитории с интересной персоной – своим

героем. Собеседник же ставит себе цель пояснить свою позицию, высказать свою точку зрения. Целью аудитории является знакомство с новым человеком, составление своего мнения о нем, а также получение знания чего-то нового о какой-то проблеме» [14, с. 101].

По наблюдениям Н. Н. Кошкаровой, выделяют два генеральных типа, которые определяют тематическое и персональное разнообразие жанра интервью. К первому типу относятся интервью, объектом которых является какое-либо событие или проблема. Они, как правило, имеют конкретный информационный повод и тему. «Героями таких интервью становятся, в большинстве случаев, официальные лица, чиновники. Темой разговора, как правило, являются аспекты общественно-политической жизни и социально-экономическое развитие» [21, с. 89].

Второй тип носит более абстрактный характер, здесь отсутствует направленность на определенное событие или факт. Структуру беседы определяют следующие факторы: личность собеседника, равновесие между степенью отвлеченности и конкретностью обсуждаемых тем, их вневременной характер. «Темой беседы в таком интервью может быть обсуждение смысла жизни, где биографические детали из жизни героя могут подтолкнуть к наиболее пространным, обобщающим выводам. Главным, для такого типа интервью, является сама личность собеседника, а также его мнение» [21, с. 90].

Различие этих двух генеральных типов заключается в цели интервью. Для первого типа целью и смыслом является получение информации. Для второго – сама беседа с интересной личностью, чье мнение привлекает внимание аудитории. Но для двух типов характерен один структурообразующий элемент: наличие журналиста и его респондента, последовательность задаваемых вопросов и получаемых ответов, имеющая заверченный характер.

Так как жанр интервью имеет вопросно-ответную форму то, чем правильнее будут построены вопросы интервьюера, тем лучше будет

налажен контакт между участниками диалога. Интервьюируемый начнет открываться и доверять человеку, задающему ему вопросы, ответы будут полные и точные, что позволит гораздо глубже понять, как читателю, так и журналисту репрезентацию стиля мышления собеседника.

Однако вне зависимости от профессионализма журналиста и полноты его вопросов, в тексте преобладают ответы собеседника, что обусловлено высоким интересом к его ответам читательской аудитории.

Для текстового пространства интервью характерна особенная коммуникативная модель. Под коммуникативной моделью М. М. Лукина понимает «систему речевых параметров, воспроизводящую собственные коммуникативные действия и позволяющая просчитать ответные действия партнера в такой коммуникативной ситуации, как интервью» [25, с. 35]. Данная модель представляет возможные подходы к моделированию коммуникативной деятельности. Коммуникативная модель интервью имеет два уровня: структурно-тематический (использование коммуникативных стратегий и тактик) и семантико-прагматический (речевые параметры, языковые средства).

С. Н. Ильченко предлагает такую структуру коммуникативной модели интервью: «Адресант (Синтезатор) – проблема – оценка – решение – Адресат. Адресант (Аналитик) – проблема – анализ – решение – Адресат. Адресант (Идеалист) – проблема – решение – анализ – Адресат. Адресант (Реалист) – проблема – решение – анализ – Адресат. Адресант (Прагматик) – проблема – решение – оценка – Адресат» [14, с. 172].

Для достижения успешного результата коммуникационного процесса представитель определенного стиля мышления выбирает «свои» параметры речи.

Таким образом, можно сделать вывод, что интервью – беседа журналиста с респондентом по какому-либо актуальному вопросу. Главной жанровой особенностью интервью является вопросно-ответная форма, предполагающая особую подготовку к его проведению.

Так, в современной публицистике интервью отведено особое место. Это один из самых популярных жанров, используемых во всем мире. Посредством интервью респондент, известная личность, может рассказать о себе, своем внутреннем мире, передать свои мысли, настроение, чувственный опыт, позволяя читателю ближе с ним познакомиться. Форма диалога, в которой проходит интервью, доступна для восприятия читателем. Диалогичная форма, использование элементов разных стилей [18, с. 206], отсутствие жесткой структуры предоставляют большую площадку для действий как интервьюера, так и респондента.

Интервью как жанр обладает рядом лингвистических особенностей, отличающих его от других публицистических жанров. Эти особенности проявляются на разных языковых уровнях и затрагивают структуру текста, его морфологию, синтаксис, лексику. Кроме того, различные типы интервью также отличны друг от друга. «Исследование и анализ жанра интервью необходимы современной публицистике, поскольку, согласно текущим тенденциям, его популярность среди читателей продолжает расти» [14, с. 209], следовательно, нужно продолжать работу с целью усовершенствования методов жанра интервью и его перевода.

На сегодняшний день интервью является одним из наиболее динамично развивающихся журналистских жанров. Это объясняется не только высокой информативностью жанра, но и тем, что «интерес к личным суждениям и оценкам постоянно возрастает, а доверие к речи оратора становится эквивалентным репортажной информации» [25, с. 18]. Исследований, посвященных описанию типичной структуры дискурса интервью, относительно немного, но сам термин используется во многих областях, в том числе и в научной. Интервью представляют особый интерес для лингвистических исследований в связи с утверждением основ антропоцентризма в современных подходах к изучению языковых явлений, а также в связи с наличием в языкознании широкого инструментария для анализа столь многочисленных и сложных явлений [25].

Э. А. Николенко справедливо отмечает, что в зависимости от объема термина можно говорить о разных аспектах дискурса интервью, например, в публицистике это форма получения информации, в лингвистических исследованиях под интервью обычно понимают текст, а в социологии методом интервью. Проанализировав все эти аспекты, исследователь приходит к выводу, что интервью «представляет собой коммуникативное взаимодействие двух и более лиц для получения информации, производства и распространения новых знаний в целях удовлетворения информационных потребностей общества» [29, с. 34]. На наш взгляд, такая трактовка понятия «интервью» является наиболее емкой для настоящего исследования.

Используя схему В. И. Карасика [16], которая отражает классификацию массовой информации, можно подробно рассмотреть дискурс интервью:

Участники. Типичные участники классического интервью: говорящий (интервьюер), непосредственный адресат (слушающий, собеседник) и адресат-наблюдатель (зрители, люди). Адресат добровольно обращается к тому или иному участнику общения, непосредственный адресат участвует в беседе, отвечает на вопросы, а адресат-наблюдатель является третьим субъектом общения, наблюдает за происходящим и делает собственные выводы [5, с. 32]. В этом причина двойственной адресности интервью-дискурса – каждый из участников обращается не только (а зачастую и не столько) к своему непосредственному собеседнику, но и к массовому адресату, читателям, радиослушателям или телезрителям [27]. А. А. Кибрик отмечает, что хотя сама аудитория иногда отсутствует во время интервью, интервьюер и респонденты учитывают ее наличие, в том числе ожидания аудитории, реакции, возможные вопросы и комментарии [17, с. 35].

В случае с интервью в журналах и газетах присутствие адресата-наблюдателя более имплицитно: здесь нет формул двойного приветствия или приглашения к аудитории. Однако это не означает, что говорящий-наблюдатель не влияет на формальную и содержательную стороны интервью [26] – речевое общение является стратегическим процессом [14,

с. 45], и поэтому и интервьюер, и собеседник всегда делают выбор в пользу оптимальных языковых ресурсов. При этом журналист считается своеобразным «представителем» потенциальной аудитории и делает все, чтобы его коммуникативное намерение совпадало с коммуникативным намерением аудитории [27].

Хронотоп. Хронотоп жанра – это «конкретное место и характерная цикличность, цель которых – вызвать в сознании зрителя состояние нетерпеливого предвкушения встречи» [26, с. 44]. Сегодня жанр интервью набирает все большую популярность в Интернете, поэтому под определенным местом проведения интервью можно понимать различные веб-страницы и онлайн-площадки.

Цели. Цель интервью – активизировать восприятие содержания, содержащегося в передаче, путем обсуждения, постановки острых вопросов и выражения различных точек зрения [25, с. 53]. По целям различают информативные, оперативные, портретные, опросно-следственные и разговорные [33, с. 158]. Например, основными задачами информативного, аналитического интервью являются описание предмета, установление причинно-следственных связей, оценка, прогноз и формулирование программы действий [26].

Ценности. Определяя значения этого жанра, следует отметить, что современные интервью имеют широкий спектр направлений. Значения в основном зависят от приглашенного гостя, интервьюера и конкретной локации/канала/интернет-платформы, на которой находится интервью.

Стратегии. Стратегии представлены тремя системами: 1) реализуемые интервьюером (стратегии «создание определенной атмосферы в студии», «постоянное следование теме интервью», «призыв к честности», «уточнение»); 2) проводится собеседником, участвующим в процессе общения со зрителем в студии и за ее пределами (стратегия «убеждения», основанная на личном, профессиональном и ином опыте); 3) проводимая

остальной аудиторией в ходе исследования и за его пределами (стратегия «интерпретация») [26, с. 48].

Материал (или тема). Интервью имеет большое тематическое разнообразие. Политические, медицинские, научно-популярные, просветительские интервью и т. д. отличаются своими тематическими особенностями.

Разновидности и жанры. По форме организации различают интервью-диалог, интервью-монолог, коллективное интервью, интервью-очерк и анкетирование. По типу организации описывают пресс-конференцию, выход в прессу, брифинг, круглый стол, интервью по телефону, интервью с использованием сети интернет [12, с. 158].

Предшествующие тексты. К прецедентным текстам относятся сюжеты видеофильмов, использованные в беседе, отсылки к событиям из жизни участников, тексты, пословицы, поговорки, крылатые выражения, упоминания, цитаты и аллюзии [21, с. 14].

Дискурсивные формулы. В рамках интервью дискурсивными формулами могут выступать клише и функционально определенные повороты, музыкальные вступления, внешний вид и голос интервьюера (зависит от вида интервью) [21, с. 14].

Можно сделать вывод, что интервью является разновидностью институционального дискурса, поскольку включает в себя статусно-ролевые отношения и может быть описано по схеме, предложенной В. Я. Карасиком; интервью имеет типичных участников, хронотоп, цели, ценности, стратегии, материал, жанры, прецедентные тексты и дискурсивные формулы [16].

В зависимости от особенностей композиции, формы выражения интервью различают несколько основных видов. Классификации интервью по их форме наиболее многочисленны в научной литературе, однако исследователи выделяют разное количество и качество интервью. Одна из традиционных классификаций приведена в книге Н. Г. Богданова и Б.А. Вяземского: интервью-диалог, интервью-монолог, коллективное

интервью, интервью-зарисовка и анкета [5, с. 45]. Эти виды интервью выделяют и другие авторы, поэтому остановимся на них подробнее.

Интервью-диалог – наиболее распространенный вид интервью, формально выраженный цепочкой вопросов и ответов, которые чередуются друг с другом. Жанр разговора имеет схожие характеристики. Определить место этого жанра в классификации сложно. В. В. Ворошилов выводит этот жанр за рамки интервью, беседа в его системе публицистических жанров такая же, например, с новостями, заметками, репортажами и интервью. В книге «Основы творческой деятельности журналиста» беседа дается как разновидность интервью, с диалогом, монологом и другими видами, то есть объем ее признаков у авторов отличается от признаков интервью-диалога. Мы придерживаемся мнения Б. В. Стрельцова, который считает, что интервью-беседа является синонимом интервью-диалога [40, с. 69].

Текст интервью-монолога формально не разделен, в начале идет журналистский вопрос, определяющий тему разговора, за которым следует развернутый монолог собеседника. Такая конструкция вовсе не свидетельствует о том, что интервьюер не задавал вопросов и не перебивал говорящего во время разговора, а просто автор счел ненужным разбивать текст на строки. На страницах газет этот вид интервью встречается реже, чем интервью-диалог, потому что длинный текст затрудняет чтение. В такой форме часто даются рекламные интервью с политиками, интервью-репортажи руководителей бизнеса и так далее [8, с. 79].

Коллективные интервью берут сразу несколько человек, в основном это так называемые «круглые столы», когда на вопросы отвечает один или другой собеседник; не все ответы респондентов переплетаются с журналистскими вопросами, могут встречаться блоки типа «вопрос-ответ1-ответ2». Однако возможен и такой вариант, когда несколько человек отвечают на интересующий журналиста вопрос и сравнивают свои мнения; формально ответы каждого из респондентов часто представлены в виде отдельных блоков.

К этому виду интервью Б. В. Стрельцов относит пресс-конференции и брифинги. Думается, что это неправомерно, поскольку, как показывает анализ текстов, эти типы общения журналистов с интервьюируемыми находят свое отражение на страницах газет, прежде всего в жанре отчета. Автор отмечает, что в газетах появился «своеобразный сплав коллективного интервью и отчета», но признаки отчета в подобных текстах преобладают [40, с. 70].

Отличительной чертой интервью-зарисовки является наличие авторских комментариев, отступлений и так далее: «Интервью-зарисовка дает журналисту возможность не только задавать вопросы, но и высказывать свое мнение, комментировать факты, о которых идет речь, рассказывать об обстановке, в которой проходила беседа, давать краткие характеристики своего собеседника, несколькими штрихами создавать его портрет» [40, с. 71].

Анкетирование – это массовый вид интервью, это «вид заочной беседы» с читателями, социологический опрос, отражающий общественное мнение по какому-либо вопросу. В последнее время в газете появился еще один вид анкеты, которая обычно публикуется вместе с «обычным» интервью в качестве справочной информации и находится в отдельном вкладыше. Такая анкета представляет собой краткий ответ на вопросы типа «Какой ваш любимый актер/машина/цвет?», причем вопросы эти стандартны для всех персонажей, фигурирующих в материалах данного раздела.

В. В. Ворошилов и А. А. Грабельников в качестве вида интервью выделяют интервью-мнение. Это «развернутый комментарий компетентного лица к событию, факту, проблеме». Обычно такие интервью даются под одной шапкой с основным материалом: аналитической статьей, репортажем – однако, формально не входят в его структуру [8, с. 19].

Некоторые авторы называют еще одну разновидность изучаемого жанра – интервью-сообщение. В нем ответы излагаются в сокращенном виде

либо пересказываются журналистом. Эта форма интервью близка к отчету, поэтому выделение ее в отдельный вид весьма спорно.

Также необходимо отметить такие интервью, в которых вопросы задаются непосредственно читателем (как правило, по телефону или в социальной сети). Ответы обрабатываются и выдаются в виде вопросно-ответных единств, объединенных по тематическому признаку в статье. Другой формой является «интервью с письмами в руках». Такие интервью регулярно появляются в местных изданиях, в них читатели обращают свои насущные вопросы к представителям власти, компетентным лицам. Ответы последних обычно сопровождаются ремаркой, включающей в себя их фамилию и должность, что подчеркивает официальность и объективность ответа [6, с. 20].

Итак, по форме, на которую непосредственно влияют особенности композиции, интервью классифицируются следующим образом: интервью-диалоги (беседы), интервью-монологи, коллективные (массовые) интервью, интервью-зарисовки, анкеты, интервью-мнения, интервью-сообщения, «интервью с письмами в руках».

Такое разнообразие видов интервью представлено на страницах разных изданий. Однако каждому журналу присущи различные экспрессивно-стилистические и, соответственно, жанровые модели. Анализ использованных в газетах интервью с точки зрения отражения авторского происхождения, цели и темы сообщения с учетом композиционных и языковых особенностей (типов вопросов, способов их постановки в тексте и соотношения между ними) помогает выявить жанровые модели изданий, их направленность, читательскую аудиторию.

Несмотря на большое количество видов интервью, его структурно-композиционные характеристики остаются достаточно устойчивыми: «начало – основная часть – конец». Вступительные и заключительные слова журналиста являются и художественным оформлением текста, и выражением интонационной законченности или начала диалога, и оценкой

происходящего. В некоторых случаях начало, и конец могут быть выражены репликами журналистов, то есть графически не отличаются от текста интервью. Второй вариант – начало и конец – это авторский монолог, который не выделен как реплика, либо имеется так называемая «вставка», кратко информирующая о герое интервью. В журналы зачастую включаются материалы, сочетающие в себе признаки жанра интервью и очерков, репортажей, статей и др. [21, с. 22].

Подводя итоги первого параграфа, можно умозаключить, что интервью – беседа журналиста с респондентом по какому-либо актуальному вопросу. Главной жанровой особенностью интервью является вопросно-ответная форма, предполагающая особую подготовку к его проведению. Развитие жанра интервью привело к появлению различных видов, которые нашли отражение в разных классификациях. Анализ этих классификаций через призму жанровых признаков позволяет выявить особенности жанра и его специфические образования. В зависимости от темы сообщения существует логическая схема интервью, которая может состоять из одного или двух смысловых центров. Каждому отдельному журналу, интервьюеру и собственно приглашенному гостю свойственны свои отличительные языковые средства выразительности и экспрессивности, что является наиболее интересным в рамках настоящего исследования.

1.2 Принципы перевода текстов интервью в теоретическом аспекте

Проблема изучения языков и, в частности, перевода с одного языка на другой очень важна в настоящее время. Иностранные языки социально востребованы особенно сейчас, когда прогресс в науке и технологии привел к «взрыву» знаний и избытку информации. Иностранные языки необходимы как самое эффективное средство обмена информацией между людьми нашей планеты. Сегодня английский язык считается мировым. Россия вступает в

мировое содружество и проблема изучения английского языка с целью общения особо важна в настоящее время.

При переводе текста на русский язык мы сталкиваемся с большим количеством сложностей. Огромное внимание при переводе уделяется грамматическим трудностям из-за несоответствий в языках. Такие грамматические категории, как артикль или герундий, например, отсутствуют в русском языке. А при переводе инфинитива и инфинитивных конструкций сложности возникают из-за различного употребления.

Грамматические трудности перевода обуславливаются тем, что грамматические явления разных языков отличны, хотя в отдельных отношениях могут представлять некоторое сходство. Только в том случае, когда отдельные особенности грамматической формы оригинала играют стилистическую роль, их передача становится задачей перевода. Обычно это не прямое воспроизведение черт, а воссоздание их функций.

Особое внимание обращается переводу с английского языка на русский. Значительные трудности при переводе вызывает многозначность слов, когда бывает непросто подобрать нужное значение слова для данного контекста. Для эффективного перевода необходимо снять трудности в понимании лексико-грамматических единиц.

Процесс перевода – это процесс, связанный с речевой реализацией двух языков, однако в лингвистической науке перевод понимают как «процесс перекодирования» [23, с. 12]. Переводоведение, ориентированное на конкретную пару языков (например, английский и русский), описывает потенциальные варианты соответствий между этими языками (эквиваленты), а также факторы и критерии их выбора.

Одним из фундаментальных понятий современного переводоведения является понятие «единица перевода», которое Л. С. Бархударовым трактуется следующим образом: «такая единица в исходном тексте, которой может быть подыскано соответствие в тексте перевода, но составные части которой по отдельности не имеют соответствий в тексте перевода» [3, с. 37].

Сам перевод – это одно из древнейших занятий человека, точное время зарождения которого не видится возможным, однако есть основания полагать, что «как только возникли на нашей планете разноязычные человеческие племена, появилась и потребность в людях, которые могли бы служить посредниками при контактах между представителями разных племен. Различие языков побудило людей к этому нелегкому, но столь необходимому труду, который служил целям общения и обмена духовными ценностями между народами» [48, с. 91].

Немаловажно отметить, что под переводом в науках о языке и переводе понимают не только сам процесс мыслительной деятельности или передачи какого-либо сообщения с одного языка на другой, но и самим результатом данного процесса.

Если мы обратимся к этимологии, то отметим, что настоящая номинация понятия (в том виде, в котором она дошла до нашего времени и сохранила свое значение) появилась в 16 веке. В свою очередь, в современном испанском языке существует два термина для определения процесса перевода: перевод в широком смысле и толкование и перевод [48, с. 35].

Для приобщения новых читателей к бесценному литературному наследию всех времен и народов «... нужна была теория художественного перевода, вооружающая переводчика и ясными принципами, дабы каждый – даже рядовой – переводчик мог усовершенствовать свое мастерство» [37, с. 53]. Таким образом, у отечественной переводческой школы истоки теории и практики оказались общими.

Как мы отметили выше, при передаче сообщения с одного язык на другой, переводчик сталкивается с целым рядом трудностей, решить которые сможет только опытный и компетентный специалист. Такими трудностями выступают, например, многозначность слов, когда бывает непросто подобрать нужное значение слова для данного контекста. Например, лексема *run*, которая является многозначным словом и может являться как именем

существительным, так и глаголом, а в ряде случаев выступать составной частью наречия образа действия или меры и степени. В качестве примера можем привести следующие выражения: *I've been running after you all day* (Я бегал за тобой весь день); *I have noted a run on silk* (Я отметил большой спрос на шелк); *Our deal goes with a run* (Наша сделка идет как по маслу); *She runs the company* (Она управляет компанией).

Однако трудности при переводе доставляют не только многозначные знаменательные части речи, но и служебные: *and* (союз) можно перевести как *и, но, а; but* (союз) – *но, однако, всего лишь, только; the* – не только как определенный артикль, но и как сложный союз *чем..., тем*.

В процессе работы над текстом существенную помощь окажет некоторое сходство звучания и значения слов, общих для русского и английского языков. Это – либо слова, которые пришли в английский и русский из одного источника, либо заимствования, слова, перешедшие из английского в русский.

Перевод научной литературы имеет ряд особенностей по сравнению с переводом художественной литературы. Эти особенности связаны со спецификой языка научной литературы.

Основными требованиями, предъявляемыми к языку научной литературы, являются краткость изложения и точность формулировок. В связи с этим «для языка художественной литературы характерны насыщенность специальными терминами и сокращениями, традиционность в употреблении лексики, предпочтение некоторых синтаксических оборотов другими и т.п.» [28, с. 86].

Специальная и новая лексика, которая еще не получила широкого распространения и не вошла в словари также создает в практике перевода значительные трудности: «...неологизмы являются наиболее текучими, подвижным слоем словарного состава языка. Словарный состав языка непрерывно пополняется, причем это пополнение, в связи с развитием науки, идет в основном за счет создания новых неологизмов для выражения

понятий, которые возникли в результате интенсивного развития науки» [23, с. 19].

При переводе художественной литературы понимание иностранного текста обычно не представляет особых трудностей, и главной проблемой является адекватное в эстетическом и идейном отношении воссоздание оригинала. В то же время понимание иностранного научного текста связано обычно с более или менее значительными трудностями.

«Догадаться» о значении неизвестного термина можно далеко не всегда. Часто переводчик вынужден прибегать к специальному анализу контекста и термина.

Весьма распространено мнение о том, что для хорошего перевода достаточно знать иностранный и русский языки. Однако практика показывает, что нужна еще и определенная переводческая подготовка. «Особенную пользу владение правильной методикой перевода может принести лицам, которые не имеют специальной подготовки. Знание специальных приемов анализа и перевода научного текста может в значительной степени компенсировать недостаточность знаний в той или иной области» [8, с. 87].

Чтение иностранного текста представляет собой сложный процесс и означает владение приемами грамматического чтения, способность понимать мысль, выраженную на иностранном языке.

Основным приемом полного раскрытия и понимания смысла любого предложения является лексико-грамматический анализ текста, который осуществляется в процессе грамматического чтения. Грамматическое чтение предложения – это членение предложения на отдельные смысловые группы, в зависимости от наличия в нем членов предложения и порядка их следования.

В теории и практике перевода, а также в лингвистике до сих пор не существует ни полной и емкой дефиниции понятия «переводческая

трансформация», ни единой и стройной типологии переводческих трансформаций.

Мы, вслед за Л. С. Бархударовым, под переводческими трансформациями понимаем «межъязыковые преобразования, перестройку элементов исходного текста, операции перевыражения смысла или перефразирование с целью достижения переводческого эквивалента» [3, с. 72].

Каждый исследователь отдает предпочтение конкретному методу и обоснованию, которую вкладывает в основу своего научного искания. Наиболее распространенными выступают классификации переводческих трансформаций, предложенные Л. С. Бархударовым [3], В. Г. Гаком [9], В. Н. Комиссаровым [19], Р. К. Миньяр-Белоручевым [28], Я. И. Рецкером [34] и другими.

Так, А. М. Фитерман и Т. Р. Левицкая выявляют следующие виды переводческих трансформаций (предлагают три группы):

- грамматические (перестановки, опущения, добавления, перестройки, замены предложений);
- стилистические (синонимические замены, описательный перевод, компенсация, другие замены);
- лексические (замены, добавления, конкретизация, генерализация предложений, опущения) [24, с. 136].

Иную классификацию переводческих трансформаций предлагает А. Д. Швейцер, который выделяет уже четыре группы:

- трансформации на компонентном уровне семантической валентности подразумевают применение различного рода замен (например, замена морфологических средств лексическими, другими морфологическими, синтаксическими или фразеологическими и прочие);
- трансформации на уровне прагматическом заключаются в следующих приемах: переводческие компенсации, замена тех или иных стилистических средств прочими, замена аллюзий (реалий) на аналогичные, а

также интерпретирующий, поясняющий перевод и переводческие компенсации;

- трансформации, осуществляющиеся на референциальном уровне (конкретизация, генерализация, замена реалий, перевод с помощью реметафоризации, метонимической трансформации, деметафоризации);

- трансформации на уровне стилистическом – компрессия (эллипсис) и расширение [43, с. 47].

В свою очередь Я. И. Рецкер выделяет два типа переводческих трансформаций:

- грамматические (замена частей речи или членов предложения);
- лексические (конкретизация, генерализация, дифференциация значений, антонимический перевод, компенсация потерь, смысловое развитие и целостное преобразование [34, с. 45].

Иной позиции придерживается Р. К. Миньяр-Белоручев, который выделяет три вида трансформаций:

- лексические (генерализация и конкретизация);
- грамматические (пассивизация, замена частей речи или членов предложения, членение или объединение предложений);
- семантические (замены метафорического или синонимического плана, развитие, антонимический перевод, компенсация) [28, с. 54].

Популярна классификация переводческих трансформаций В. Н. Комиссарова, который выделяет три вида:

- лексические (транслитерация, переводческое транскрибирование, калькирование, модуляция, конкретизация и генерализация);
- грамматические (дословный перевод, замены членов предложения, форм слова, частей речи и членение предложения);
- комплексные (описательный перевод, антонимический перевод и компенсация) [19, с. 66].

Л. С. Бархударов выделил четыре типа переводческих трансформаций:

– перестановки («изменение порядка расположения компонентов сложного предложения, а также изменение места слов и словосочетаний» [3, с. 54]),

– замены («компенсация, синтаксические замены в структуре сложного предложения, замена частей речи, компонентов предложения и словоформ, конкретизация и генерализация, членение и объединение предложения, замена причины следствием (и наоборот), антонимический перевод» [3, с. 55]),

– опущения (собственно опущение);

– добавления (собственно добавление) [3, с. 55].

Авторы совместного труда А. Б. Шевнин и Н. П. Серов, выделяют два основных типа переводческих преобразований:

– лексические (компенсация, антонимический перевод, конкретизация, замена причины следствием и генерализация);

– грамматические (опущения, перестановки, добавления и транспозиции) [45, с. 30].

Л. К. Латышев предлагает выделять следующие типы переводческих преобразований:

– лексические (замены лексем синонимами, зависящими от контекста);

– стилистические (трансформация стилистической окраски слова, подвергаемого переводу);

– морфологические (преобразование одной части речи в другую или замена ее несколькими частями речи);

– синтаксические («трансформация синтаксических конструкций, изменение типа придаточных предложений, изменение типа синтаксической связи, трансформацию предложений в словосочетания и перестановку придаточных частей в сложноподчиненных и сложносочиненных предложениях» [23, с. 68]);

– семантические (замены деталей-признаков, конверсная трансформация, антонимический перевод) [23, с. 69].

Интересную позицию высказывает В. Е. Щетинкин, который выделяет лексические трансформации, в которые включает такие приемы, как конкретизация, антонимический перевод, амплификация, генерализация, смысловое согласование, адаптация, компенсация, экспликация, стилистические. Исследователь полагает, что необходимо рассматривать типы исключительно лексических трансформаций, среди которых выделяет четыре группы: перестановки, опущения, замены, добавления [48, с. 23].

Отметим также позицию по вопросу классификации переводческих трансформаций Ж. Дарбельне и Ж.-П. Вине, которые не столько выделяют какие-то отдельные типы преобразований, сколько классифицируют и описывают приемы, необходимые в переводческом деле: приемы прямого перевода (дословный перевод, калькирование, заимствование); приемы косвенного перевода (эквиваленция, транспозиция, адаптация, модуляция) [6, с. 158].

Таким образом, мы рассмотрели классификации переводческих трансформаций, предлагаемых А. М. Фитерманом и Т. Р. Левицкой, А. Д. Швейцером, Я. И. Рецкером, Р. К. Миньяр-Белоручевым, В. Н. Комиссаровым, Л. С. Бархударовым, А. Б. Шевниным и Н. П. Серовым, Л.К. Латышевым, В. Е. Щетинкиным, Ж. Дарбельне и Ж.-П. Вине. В настоящем исследовании мы опираемся на классификацию переводческих трансформаций В.Н. Комиссаровым, который среди лексических трансформаций выделяет конкретизацию, генерализацию и модуляцию.

Выводы по первой главе

В первой главе мы установили, что интервью является разновидностью институционального дискурса, так как, во-первых, включает статусно-ролевые отношения; во-вторых, для его описания может быть применена

схема классификации массовой информации; в-третьих, имеет типичных участников, хронотоп, цели, ценности, стратегии, материал, жанры, прецедентные тексты и дискурсивные формулы. В лингвистической науке представлены различные классификации интервью, более того, разным изданиям характерны различные экспрессивно-стилистические и жанровые модели. Мы отметили, что анализ использованных в журналах интервью помогает выявить жанровые модели изданий, их направленность, читательскую аудиторию.

В первой главе мы также установили, что под переводом следует понимать процесс передачи исходного текста на одном языке средствами другого языка, так как язык является знаковой системой; перевод рассматривается как процесс выражения или перекодирования исходного текста другими лексическими единицами; задача перевода заключается в том, чтобы максимально полно передать информацию, заложенную в оригинале. Были рассмотрены различные классификации переводческих трансформаций, которые могут быть использованы при переводе интервью, предложенные ведущими лингвистами и специалистами переводоведения. Было принято решение в практическом разделе исследования опираться на классификацию переводческих трансформаций В. Н. Комиссаровым, который среди лексических трансформаций выделяет конкретизацию, генерализацию и модуляцию.

Глава 2 Тексты интервью со звездой на английском языке в аспекте перевода

2.1 Предпереводческий анализ текстов интервью со звездой на английском языке

В ходе настоящего исследования методом сплошной выборки из журналов Vogue [58], Interview [55], Dazed [52], GQ [54], Billboard [51] нами был извлечен перечень текстов интервью со звездой на 100 тыс. печатных знаков с пробелами, а также их перевод на русский язык.

Эмпирический материал был систематизирован и подвергся предпереводческому анализу (предполагает также проведения стилистического и лингвистического анализа избранных текстов), что позволило нам выявить языковые особенности интервью со звездой на английском языке.

В рамках предпереводческого анализа, обращаясь к стилистике избранных текстов, мы используем схему стилистического анализа, предложенную Н. Н. Тимерхановой [41], которая переработала схему В.Н. Артамонова [1].

Определяя социальные задачи речевого общения в текстах интервью, мы отмечаем, что, как правило интервьюер в сотрудничестве с гостем, приглашенной звездой, стремятся проинформировать аудиторию о каком-либо событии, проекте, явлении, которые происходили или происходят / будут происходить в жизни звезды. Для этого интервьюер и медийная личность путем обсуждения, постановки вопросов и выражения позиции о них активизируют восприятие содержания темы / тем интервью.

Например, в последующем микроконтексте журналист подготавливает читателя ко «встрече» с гостем, напоминая ему о событиях, которые происходили в жизни актрисы (Эммы Уотсон), которые привели ее к той степени известности, которую она имеет: *«It's been almost six years since the*

release of the last Harry Potter film, and still it can be difficult for people to separate Emma Watson from Hermione Granger, the character she played in all eight installments of the hit franchise, from the time she was 11 until she was 21» [56].

Устанавливая ситуацию речевого общения в избранных текстах интервью, мы характеризуем составляющие компоненты речевой ситуации – характеризуем говорящего, слушающего, время и место высказывания.

Так, говорящим в текстах интервью выступает приглашенная звезда, которая сообщает о важных событиях (важных для общественности, поклонников, аудитории журнала). В свою очередь, слушающим выступает журналист, интервьюер, который подготавливает перечень вопросов для звезды. Однако важно отметить, что это лишь «первичный» слушающий, тогда как в случае с текстами интервью можно выделить несколько других типов «слушающего». Помимо журналиста, в интервью (если звезда была приглашена в редакцию, на съемку, если интервью сопровождается видеосъемкой в том числе) косвенно участвуют фотограф, оператор, редактор, стилист и другие участники съемочного процесса, которые делают все возможное, чтобы интервью состоялось.

Наконец, слушающим является также и читатель журнала, однако он воспринимает речевые высказывания звезды не напрямую, а через посредника – «первичного» слушающего, который обрабатывает информацию и предоставляет ее в удобной и логичной для чтения форме.

Наконец, информация об обстоятельствах речевой ситуации, времени и месте зачастую доступна исключительно участникам процесса: как правило, знаменитость устанавливает свои условия для «встречи» или механики проведения интервью. Исключением являются интервью для журналов GQ и Vogue, которые с высокой частотностью сопровождаются фотосъемкой. Однако мы не можем утверждать, была ли осуществлена съемка непосредственно в тот же день, когда у знаменитости брали интервью или проходили ли они совместно (кроме тех случаев, когда на фотоснимках

знаменитость отображается непосредственно в качестве собеседника журналиста).

Устанавливая особенности характера коммуникации анализируемых интервью, мы отметили, что условно их можно подразделить на три группы:

Первая группа: интервью, которые проходят в виде живого общения, после чего журналист переносит текст на бумагу, предварительно обрабатывая записи (в том числе диктофонные / видео).

Вторая группа: интервью, которые проходят «на дистанции» между журналистом и звездой – медийная личность получает список вопросов, на которые она отвечает, после чего предоставляет перечень ответов; на последнем этапе работы журналист обрабатывает информацию и оформляет ее.

Третья группа: интервью «смешанного типа», в которых журналист рассказывает о знаменитости различные факты, зачастую подкрепляя их цитатами, однако он не указывает, когда проводилась беседа со звездой и проводилась ли именно с тем журналистом, который пишет данный текст.

Первому типу интервью свойственны авторские ремарки, вкрапления косвенной и прямой речи, их чередование; в таких примерах журналист может называть медийную личность посредством местоимения третьего лица единственного числа. Например, «*The problems, he says, taking a drag of a Newport, arose due to a lack of proper signage. When he jumped on a low stone wall to pose for a photo, he was unaware it was considered off-limits. Oh, and he did pull his pants down*» [54].

В интервью второй группы журналист обращается напрямую к адресату, используя его имя и личное местоимение второго лица. Звезда может также обращаться к журналисту (лингвистически отмечать его присутствие), а может исключительно отвечать на вопросы, создавая впечатление, что текст интервью – это монолог, рассуждение, в котором отсутствует журналист или автором текста является сама звезда. Например, «*I feel like that's why I have a relationship with Him, because I need it. I suck by*

myself. Like, when I'm by myself and I feel like I have nothing to lean on? Terrible. Terrible person. If I was doing this on my own, I would constantly be doing things that are, I mean, I still am doing things that are stupid, but... It just gives me some sort of hope and something to grasp onto, and a feeling of security, and a feeling of being wanted, and a feeling of being desired, and I feel like we can only get so much of that from a human» [54].

В интервью третьего типа также используются личные местоимения третьего лица, поскольку журналист повествует о другом человеке, а не о себе самом (о третьем лице), однако читатель не может заключить, насколько «вездесущим» с точки зрения нарратива является журналист: он описывает сам наблюдал то, о чем говорил или, как и обычный читатель, из различных источников избирал информации, а после систематизировал ее в своей статье-интервью. Например, *«A teenage pop star baring all to telegraph her maturity is nothing new. But Eilish has a point to make. Her new look, plus a comeback single that confronts abusers who exploit underage girls, puts the onus on the viewer to consider their baggage. “Don't make me not a role model because you're turned on by me,” she says. Her body “was the initial reason for my depression when I was younger” – a situation worsened when she quit dancing at 13 due to injury. Hence the baggy clothes. Then fame made that image into a flashpoint» [50].*

Говоря о форме реализации, мы говорим об уже готовом продукте, который доступен для чтения адресатом (читателем). Все избранные нами интервью предоставлены в текстовой форме и размещены на страницах известных журналов (которые существуют как на бумажных носителях, так и размещаются на официальных интернет-платформах изданий).

Отмечая сферы использования, которые обслуживают тексты интервью, обращаем внимание на их многообразие, о чем свидетельствует сам перечень вариантов названий публицистического стиля – медийный, общественно-политический, журналистский и др. Следовательно, анализируемые интервью используются в различных сферах общественной

жизни – культурных, общественных, политико-идеологических, общественно-политических отношений.

Выделяя особенности автора и адресата речи, предмета, темы и цели, в первую очередь обращаем внимание на то, что автором выступает журналист, однако он передает слова говорящего, «вокруг» которого данный текст интервью и создается. В свою очередь, журналист вступает слушателем и адресатом речи, но ключевым адресатом целесообразно называть того, ради кого функционирует сам журнал – ради читательской аудитории.

В свою очередь, предмет речи зачастую выделить крайне сложно, поскольку каждый вопрос в интервью, каждый небольшой абзац, написанный журналистом, зачастую имеет свою отдельную тематику, тогда как и предмет и тема подкреплены единой целью – проинформировать читателя о чем-либо, но также и развлечь его, произвести на него воздействие, привлечь внимание.

В доказательство тому, что в текстах интервью, как правило, содержится множество предметов и тем речи, можем отметить ключевые из них в интервью с Билли Айлиш для журнала «Vogue» [50]. В данном интервью предметом речи выступают внешний вид певицы, ее новые песни, процесс создания ее песен, отношение к поклонникам, сотрудничество с другими артистами, рекомендации для работы над голосовыми связками и многое другое. Темы, которые поднимаются в интервью: тема межличностных отношений, тема отношения человека к своему телу, тема создателя и его творений и др.

Что касается определения вида, формы, а также функционально-смысловых типов речи, то избранные тексты интервью со звездой на английском языке являются письменными текстами-повествованиями в форме диалога (со вкраплениями фрагментов монолога / внутреннего монолога или цитации). Например, в одном из текстов интервью звезда фактически делает для читателя доступным свой внутренний монолог в виде потока сознания – она рассуждает о том, почему в современном мире многие

мужчины объективизируют женщин и что общественность должна в этом вопросе исправить: «*“I really think the bottom line is, men are very weak,” she says. “I think it’s just so easy for them to lose it. ‘You expect a dude not to grab you if you’re wearing that dress?’ Seriously, you’re that weak? Come on!”*» [50].

Далее, рассматривая тексты интервью в аспекте лингвистического анализа как этапа предпереводческого анализа, мы обращаемся к схеме лингвистического анализа Н. Н. Тимерхановой и определяем лингвостилистические средства лексико-фразеологического, словообразовательного и морфологического (грамматического) и синтаксического уровней [41]. Кроме того, мы также рассматриваем просодические (фонетические) средства, которые относятся к уровню грамматики, активно воздействуя на читательскую аудиторию журналов.

Первым выявленным лексическим средством создания экспрессивности является метафора.

Метафора – это «образное значение, основанное на сравнении одного объекта или явления с другим <...> метафора служит номинальной, познавательной и оценочной функцией в языке, а также средством создания образных высказываний и конструирования новых значений» [30, с. 117]. Метафора часто становится эстетической самоцелью, вытесняя изначальное значение слов.

В следующих интервью со звездой в качестве лексического средства создания экспрессивности используется метафора.

*«I think in society there’s a danger where everyone feels like they have to be the cool one. I don’t feel that with you. You **speak from your heart**. And your **open heart forced my heart to open**»* [54];

*«She reminds me of Billie Holiday, Sarah Vaughan – a totally **old soul** from a vocal point of view. She doesn’t sound like anybody today»* [56];

*«**Voice of a generation. Avatar of internet mega-fame**»* [56].

Поскольку язык развивается крайне быстро, многие люди не обращают внимания на выразительность некоторых словосочетаний, поскольку те уже

считаются устойчивыми, вошедшими в общее употребление, не требующими расшифровки. Однако посредством метафор собеседники, подобно поэтам, создающим великие классические поэтические произведения, вводят в свой нарратив особые выражения, которые направлены на привлечение внимания.

Следующее средства выразительности на лексическом уровне языка, выявленное нами, – это персонификация.

Персонификация, или олицетворение, согласно «Литературной энциклопедии терминов и понятий» А.Н. Николюкина, выступает особым видом метафоры: перенесение человеческих черт (шире – черт живого существа) на неодушевленные предметы и явления» [30, с. 692].

«*I was able to release a song that hopefully helps to heal some people, or just lets them know they are not alone*» [50]. В данном случае мы наблюдаем, что говорящий «оживляет», «очеловечивает» свои песни, наделяя их способностями доктора, качествами лучшего друга.

Образы, создаваемые интервьюером и звездой с помощью персонификации, воспринимаются более остро. В большинстве случаев персонификация способствует реализации коммуникативной тактики внушения, поскольку послание направлено на эмоциональную сферу, а не на рациональную.

Собеседники «одушевляют» бренд, продукцию звезды, делают их «очеловеченными», что в значительной мере раскрывает суггестивный характер их высказываний: бренд и продукция становятся главным персонажем и лицом повествования в тексте, которые выполняют какое-то действие (делают счастливым, помогают, поддерживают, творят историю).

Следующий лексико-стилистический прием – эпитет – это образное определение, подчеркивающее характеристики объекта или явления, обладающего особой художественной выразительностью. Например: «*I just feel like we need to hire more people like that. That's why people love firefighters – they just believe firefighters got a good heart*» [56]; «*I'm not saying*

*that it's gonna be easy from now on, but I have a lot more strength and a lot more courage and a **bigger voice** to stand up for what I deserve» [56].*

Собеседники используют эпитеты для придания позитивного рейтинга звезде или стремятся показать читательской аудитории определенный объем, предмет, явление, действие, лицо такими, какими их видят говорящие. Эпитет должен заставлять людей видеть и чувствовать звезду, компенсируя не только отсутствие непосредственного контакта с ней, но и отсутствие визуальных эффектов в этом канале связи. Эпитет – один из наиболее частотных элементов фактически каждого типа текста. Едва ли возможно сообщить о качестве кого-либо, чего-либо, их преимуществах и характеристиках без обращения к эпитетам.

Следующее выявленное лексическое средство создания экспрессивности – сравнение – «вид тропа, основанный на уподоблении соотносимых явлений. Может быть простым <...> и развернутым, когда второй компонент сравнения выстраивается в самостоятельный художественный образ...» [30, с. 1022].

*«I read the book first, and I could not stop thinking about it. It's not **like a dystopian future** – it could be tomorrow» [56];*

*«When people call me a role model it puts the fear of god into me, because I **feel like I'm destined to fail**» [50].*

Сравнения могут широко использоваться в текстах интервью, так как позволяют более полно и выразительно охарактеризовать лицо, его особенности, а также создать «увеличенный» оценочный текст, что очень важно для коммуникации звезд со своей аудиторией.

Широко в текстах интервью представлен прием антитезы – «противопоставление. Стилистическая, или словесная антитеза – постановка рядом противоположных по значению слов, антонимов» [30, с. 38]. Антитеза используется для выражения оппозиции и выделения особых результатов деятельности известной личности.

«His hair, **cropped close on the sides but long enough on top** to be tied in a short bleached ponytail, is tucked under a gray Supreme beanie. His feet are smuggled into a pair of café au lait Yeezy Boosts» [50].

«Let's say something is **ugly**, right? Everybody in the comments is saying it's **ugly**, but you're saying it's **pretty**. If you have the unpopular comment, then you're in the wrong» [54].

Немаловажно также отметить, что, помимо стилистических средств лексического уровня, значимыми лексическими единицами текстов интервью на английском языке выступают сниженная лексика, обценная лексика и окказионализма. Во многих англоязычных журналах не производится цензура – редакция журнала позволяет звезде «звучать» так, как оно желает самовыражаться. С другой стороны, это также создает ажиотаж вокруг каждого отдельного текста; позволяет читателю почувствовать «связь» со звездой, поскольку складывается впечатление реального общения (с живой звучащей речью).

Например, «Justin Bieber has an encyclopedic knowledge of his public **fuckups...**» [50];

«At the end of the day, I know I'm **a bitch** that made it through because **I work my ass off**, not because luck fell on my thighs» [50].

Далее мы перешли к средствам грамматического уровня (фонетическим, словообразовательным и морфологическим).

Первым выявленным фонетическим средством выразительности текстов интервью со звездой на английском языке выступает аллитерация – «повторение согласных звуков, преимущественно в начале слов, основной элемент фоники» [30, с. 28].

Например, «I'm **thrilled** that you asked, because I didn't want things to get weird. I'm in the bath. In Paris. I didn't want you to hear swishing water and be like, "Uh, what are you doing?" I'm very relaxed. Where are you?» [30]. Здесь наблюдаем аллитерацию [t].

«*Talk to me about your relationship to fashion and photo shoots. It must have been such a different experience for you when you started, because you were so young*» [30]. Представлена аллитерация звуков [sh] и [s].

Аллитерация возникает из повторения согласных звуков, и это повторение приятно для слуха, привлекает внимание реципиента, придает тексту интервью выразительность и экспрессивность; позволяет читателю «услышать», как говорят собеседники, как могла бы звучать их речь.

Также нами было выделено такое средство создания экспрессивности, как ассонанс – «повторение гласных звуков, преимущественно ударных, основной элемент фоники» [30, с. 62]. Ассонанс представлен в следующем контексте интервью:

«*You know, we always talking shit about this country, even though we're from this country. At the end of the day, we need to understand we are a big example to other countries. I'm seeing France celebrate Biden's win. I seen Haiti celebrate the win of Biden*» [50]. В данном примере читатель «слышит» ассонанс звуков [a], [o], [e]. Ассонанс преследует те же цели, что и аллитерация, и является подобно последней, часто при том сочетаясь с ней, могучим эффективным средством, оригинальным инструментом выразительности текста интервью, который способен придать тексту особый колорит. Ассонанс также может сопутствовать аллитерации.

Рассматривая языковые особенности текстов интервью на уровне морфологии, мы сосредотачивали внимание не на всех частях речи, которые были встречены нами, но на наиболее частотных и на тех, которые имеют особое значение в данном жанре текстов.

Так, мы установили, что наиболее частотно в текстах интервью используются личные местоимения первого и второго лица, а также притяжательные местоимение *my, your*. Так говорящий реализует коммуникативную тактику установления доверительных отношений с интервьюером (или звездой) и с самой читательской аудиторией журнала – словно обращается к каждому отдельному адресату в частности.

«I don't want to be like, "Oh, female artists, we have it hard." But we do fucking be having it mad hard! I could be bumping to one bitch's music, and the next day, people are telling you, "Oh, this girl is better than Cardi. She's gonna end Cardi» [52];

«There was a point where I felt so much pressure to put out music that I couldn't really focus much. It's like when you get home at the end of the day and you're like, "Oh, shit. I got homework to do." It felt like I had incomplete homework. When I put out "WAP," it was a big relief. I'm not gonna front, I've been really happy. I gained weight — that's how happy I am» [52].

Кроме того, частотно в нашей выборке встречаются конструкции с глаголами в повелительном наклонении. Использование императивов – важная особенность текстов интервью, поскольку с помощью таких единиц речь говорящего оказывает наиболее воздействующий эффект – направлена на адресата прямо и побуждает его к действию. Как правило, это какие-либо мотивационные слоганы, адресованные аудитории либо себе самому:

*«I just want her to know: I might be a little crazy, but I have a good heart and I love her. I want her to be confident always. **Don't let** one comment break you and **make** you feel like you're not that girl. You that girl» [54].*

Немаловажно также обратить внимание на тот факт, что в текстах интервью представлен крупный перечень качественных и относительных имен прилагательных, однако важно отметить, что частотно также встречаются суперлативы.

*«I definitely think **the most drastic** change for me was cutting it short because you realise how much you hide behind your hair» [50]; «I think **the biggest** life-changer for me has been the Yves Saint Laurent Touche Éclat. It's so nice to find something sheer and light for if you don't want a full face of foundation in the day but you still want just to even your skin out and brighten it up a bit» [54].*

Использование имен прилагательных в превосходной степени является широко распространенной техникой привлечения внимания в тексте,

личность сообщают о наилучших качествах своих песен, клипов, картин, своих качеств, характеристик своих друзей и др. (в том числе и в сопоставлении с другими объектами и лицами).

Помимо суперлативов, используются и прилагательные в сравнительной степени, которые, впрочем, тоже сообщают о каких-либо отличительных характеристиках лица / его деятельности:

*«She's proud of the work. "I've grown so much and gotten so much **better** in my voice, it's crazy to think about," she says. "I think change is one of the best gifts in the world"» [56];*

*«Eilish sees the process as almost transcendent, even if it's hard when fans cling to how they first loved you. "People always say, 'How would your **younger** self feel about you now?' And that's a good thing to think about in some cases, but I also think you shouldn't try to be a person that your old self would like, and you shouldn't try to be a person that your future self is going to be» [58].*

Помимо вышеперечисленного, наше внимание было обращено к синтаксическому уровню англоязычных интервью. Зачастую в таких текстах представлены приемы лексических повторов, которые апеллируют к памяти читательской аудитории. Повторяемый образ выделяется из контекста. Более того, говорящий кажется более искренним, поскольку его речь, письменно оформленная, кажется читателю живой, устной, звучащей.

*«I point out that for much of the past year, he's been seeking forgiveness. He tells me it was more about "acknowledging" past mistakes. Not I'm sorry **I broke your vase** but, rather, **Man, I broke your vase** – that's on me – I admit that» [56].*

Кроме того, лексический повтор зачастую становится основой для создания приема синтаксического параллелизма – «тождественное или сходное расположение элементов речи в смежных частях текста, которые, соотносясь, создают единый поэтический образ» [30, с. 717]. Иными словами, структура одного предложения (или его частей) повторяется в другом предложении. В тексте интервью сходство (частичное или полное) одного предложения с другим может вызвать определенный стилистический эффект.

Целью использования параллелизма является придание определенного ритма сообщению.

«This was the paradox of celebrity authenticity in the 2010s: we knew an image was constructed, but we needed it, we wanted it to be real anyway, and we knew our need for this distorted the object of our desire, but we didn't or couldn't bring ourselves to care, and we lamented that it wasn't possible to care enough when it mattered» [56].

В некоторых текстах также отслеживается прием парцелляции – «фигура мелодики речи, при которой части единого предложения интонационно обособляются как самостоятельные предложения (на письме – знаками препинания)» [30, с. 723]. По своим функциям и прагмалингвистическому потенциалу прием парцелляции восходит к приему синтаксического параллелизма.

«I wish. Seriously. I wish I had it together enough to have a strategy» [50].

Таким образом, нами был проведен предпереводческий анализ текстов интервью со звездой на английском языке, в рамках которого мы установили социальную задачу и ситуацию речевого общения, характер коммуникации, форму реализации, сферу использования, обслуживающую тексты интервью; охарактеризовали автора, адресата и предмет речи, тему текстов и цель автора; установили вид и форму речи. Также мы провели анализ эмпирического материала, обращаясь к лексико-фразеологическому, грамматическому и синтаксическому уровням языка и установили средства выразительности на каждом из упомянутых уровней, функционирующих в текстах интервью. В последующем параграфе мы анализируем тексты интервью на русском языке, сопоставляя их с англоязычным оригиналом.

2.2 Анализ перевода на русский язык текстов интервью со звездой

В ходе работы над данным параграфом мы обращаемся к классификации переводческих трансформаций, предложенной

В.Н. Комиссаровым [20], и сопоставляем тексты англоязычных интервью со звездой с русскоязычными текстами, которые являются переводами и представлены в русскоязычных версиях журналов.

В первую очередь, мы отметили, что на лексическом уровне русскоязычные тексты в наибольшей мере подвергаются цензуре – из них извлекают обсценную лексику, сниженную лексику, иногда, впрочем, заменяя их на некоторые сленгизмы. Продемонстрируем это на ряде примеров.

«*“I’m not putting on that **f**king** wig one more time!” Eilish whoops as she appears on Zoom in late February, her face surrounded by a shaggy butterscotch halo*» [58]. – «*“Я больше не надену этот **чертов** парик!”*, – Айлиш восклицает, когда появляется в Зуме в конце февраля, ее лицо окружено лохматым ореолом цвета ириски» [59]. В данном случае дословный перевод видится недопустимым для русскоязычного журнала «Vogue», и переводчик прибегает к использованию бранного слова *чертов*, что эмоционально и стилистически подходит для выражения оценки. Обращаем внимание, что также в переводе используется прием конкретизации – переводчик уточняет, что речь идет об ореоле цвета ириски, тогда как в оригинале не упоминается слово *color*.

«*It took four dye sessions to erase the signature jet black and lurid green she’s worn for 18 months. She was “ready for it to suck”, but it’s been transformative. “I feel more like a woman, somehow,” she says, surprised*» [56]. – «*Потребовалось четыре сеанса окрашивания, чтобы стереть фирменный угольно-черный и ярко-зеленый, которые она носила в течение 18 месяцев. Она была готова к тому, что **ничего не выйдет**, но все случилось благополучно. “В каком-то смысле я больше чувствую себя женщиной”, – говорит она с удивлением*» [57]. В данном примере мы наблюдаем выражение *ready for it to suck*, которое дословно можно перевести как «готова к тому, что это будет отстой». Переводчик опускает сниженную лексику,

заменяя выражение на стилистически нейтральное *ничего не выйдет*. Также в контексте наблюдаются синтаксические замены.

Однако в журнале «Vogue» не всегда опускают лексику пассивного словаря, тем самым влияя на стилистику текста. Например, в другом интервью мы встретили такой контекст:

*«In an interview last year, she told Vogue about make-up, where she **hangs out** in London and how cutting off her hair changed the way she dressed» [56]. – «В прошлогоднем интервью она рассказала Vogue о макияже, о том, где она **тусуется** в Лондоне, и о том, как стрижка изменила ее стиль одежды» [57].* Переводчик использует дословный перевод, не опуская и сленгизм *to hang out*.

Что касается лингвостилистических приемов лексического уровня, то, как правило, переводчики стремятся достичь адекватности и эквивалентности перевода данных единиц текста, сохранив образность и выразительность высказываний в интервью.

«In the “fantasy” that she says became her life and the lives of her co-stars, Watson, like Hermione, has displayed unbridled passion, natural talent, and – thank goodness for us—a defiant determination to do things her way» [54]. – «В “фэнтези”, которое, по ее словам, стало ее жизнью и жизнями ее коллег по фильму, Уотсон, как и Гермиона, продемонстрировала безудержную страсть, природный талант и – слава Богу – дерзкую решимость делать все по-своему» [55].

В данном фрагменте текста мы наблюдается ряд переводческих трансформаций, которые делают текст более «адаптивным» для русскоязычной аудитории. Лексема *co-stars*, которая не имеет эквивалента в русском языке, переведена как *коллеги по фильму*, все эпитеты переведены дословно; фразеологизм *thank goodness for us*, который может иметь несколько вариантов перевода («к счастью», «хвала богам» и др.), переведен на русский язык в привычной для русскоязычного человека форме *слава Богу*.

*«And if she's made some mistakes along the way, as she insists she has, they haven't been onscreen for us to see – certainly not in her two stunning post-Potter films *The Perks of Being a Wallflower* (2012) and *The Bling Ring* (2013), which gave us tiny glimpses of her future in film» [54]. – «И если она допустила какие-то ошибки на своем пути, как она настаивает, то они не были показаны на экране — уж точно не в двух ее потрясающих постпоттеровских фильмах «Хорошо быть тихоней» (2012) и «Блестящее кольцо». (2013), которые дали нам крошечные проблески ее большого будущего в кино» [55]. В данном случае используются как приемы опущения, так и приемы добавления: вводная конструкция *as she insists she has* переведена с опущением, чтобы избежать тавтологии; ряд эпитетов переведен дословно; также переводчик ввел в текст антитезу *крошечные проблески большого будущего*, которую также можно рассматривать в качестве оксюморона, тогда как в тексте оригинала бинарной оппозиции не обнаружено. На наш взгляд, такое добавление усиливает выразительность текста, привлекая внимания реципиента.*

*«She is the most normal-seeming superstar ever, cute and sexy and chill at the same time, retro and contemporary at once, resolving contradictions left and right. And, if it ever feels contrived, she'll say so herself» [56]. – «Она самая нормальная на вид суперзвезда, милая, сексуальная и холодная одновременно, ретро и современная одновременно, разрешающая противоречия направо и налево. И, если это когда-нибудь покажется надуманным, она сама об этом скажет» [57]. В данном контексте представлен большой ряд имен прилагательных, а также прием синтаксического параллелизма. Переводчику важно соблюдать условности описания, которые вводит автор оригинала. Здесь используется дословный перевод, однако, на наш взгляд, следует отметить, что автор текста оригинала использует слова *at the same time* и *at once*, не используя лексический повтор, тогда как переводчик в обоих случаях использует наречие *одновременно*. С точки зрения воздействия на читателя такой прием целесообразен, но с точки зрения творческой*

адаптации текста оригинала, вероятно, рационально также использовать разные лексемы в переводе.

Что касается морфологии, грамматики и синтактика, то, очевидно, важно отметить, что русский и английский языки выступают разноструктурными. Более того, в русском языке более свободный порядок слов, тогда как в английском существуют нормы фиксированности (порядок употребления обстоятельств, порядок слов в вопросительных предложениях и прочее).

Работая над переводом текстов интервью с точки зрения грамматики, переводчик должен быть очень внимательным в отношении «звучащих» высказываний звезд, «позволяя» им доносить до аудитории не только главную мысль, но и образ мысли, не оставляя «за кадром» стиль речи.

Например, представим один контекст среднего размера, в котором Селена Гомез отвечает на вопрос интервьюера: *«Oh man. One of them is when I took pictures on my phone with these young kids (in Chile) and showed them and they were so excited. They'd just never seen a photograph of themselves. Even the water was such poor quality that they'd never even seen their reflection. I remember it was such a sweet moment because, of course, we are doing all that we can to help them – providing clean water, education, building schools, hospitals – but when you're one-on-one with these kids, you know, playing soccer with plastic bottles wrapped in rubber bands, to see them that happy is truly special. I am not a good soccer player... but I can pretend. (laughs)»* [54]. – «О боже. Один из них, когда я сфотографировала на свой телефон этих маленьких детей (в Чили) и показала им, и они были так взволнованы. Они просто никогда не видели свои фотографии. Даже вода была такого плохого качества, что они даже не видели своего отражения. Я помню, это был такой приятный момент, потому что, конечно, мы делаем все, что можем, чтобы помочь им – обеспечиваем чистой водой, образованием, строим школы, больницы – но когда ты один на один с этими детьми, вы знаете, играть в футбол с пластиковыми бутылками, обмотанными резинками, видеть их

счастливыми – это по-настоящему особенно. Я не очень хорошая футболистка... но я могу притвориться (смеется)» [55].

Переводчик сохраняет прием многосоюзия, что позволяет речи звезды звучать так, как она была произнесена; при переводе словосочетания *poor quality* переводчик прибегает к генерализации, заменяя имя прилагательное словом с более широким значением; в конструкции *that they'd never even seen their reflection* при переводе опущено наречие времени. Отметим, что авторские комментарии, вводимые артисткой, переведены дословно (*of course, you know*); при переводе также сохраняется умолчание, которое используется как эффект создания комического.

Далее мы установили частотность лексических переводческих трансформаций в текстах избранных интервью.

Наиболее частотным типом лексических переводческих трансформаций, согласно настоящей выборке, выступила генерализация (была замечена 34 раза), которая предполагает замену слова, словосочетания или выражения в узком значении понятием с более широким значением. Рассмотрим наиболее яркие приемы, в которых используется генерализация.

*«Definitely. Let's say something is **ugly**, right? Everybody in the comments is saying it's ugly, but you're saying it's pretty. If you have the unpopular comment, then you're in the wrong. So you gotta be careful with what comes out of your mouth. You can't even call people ugly nowadays! I'm not saying I want to call people ugly – you just can't even be yourself anymore» [53]. – «Определенно. Скажем, что-то является **непривлекательным**, ладно? Все в комментариях говорят, что это уродливо, а вы говорите, что это красиво. Если ваш комментарий непопулярен, то вы ошибаетесь. Так что будьте осторожны с тем, что выходит из вашего рта. Нынче даже некрасивыми людей не назовешь! Я не говорю, что хочу называть людей уродливыми – вы просто больше не можете быть самим собой» [54].*

В данном примере мы наблюдаем, что переводчик стремится использовать в своем тексте политкорректные термины. Прилагательное *ugly*

дословно переводится как *уродливый*, однако в контексте выражение звучит относительно грубо, по этой причине переводчик приводит более широкое и общее значение прилагательного – *непривлекательный*. Отметим, что среди синонимов-градиентов на середине условно размещается прилагательное *некрасивый*, тогда как *непривлекательный* размещается ближе к книжной лексике.

«First there was Barney & Friends, Disney and The Wizards of Waverly Place, and her first records with Selena Gomez & the Scene. Then, as Gomez grew into a massive solo pop star, Harmony Korine’s Spring Breakers signalled a shift into womanhood and a more precarious purity» [56]. – «Сначала были *Barney & Friends, Disney* и *The Wizards of Waverly Place*, а также ее первые записи с *Selena Gomez & the Scene*. Затем, когда **певица** превратилась в крупную сольную поп-звезду, “Отвязные каникулы” Хармони Корин ознаменовали переход к женственности и **опасной чистоте**» [57].

В данном случае наблюдается сразу два приема генерализации. В первом случае переводчик использует лексему *певица*, заменяя ею фамилию певицы, которая была использована автором текста с целью избежать повтора (для синонимического замены). Действительно, в русскоязычной культуре, как правило, в качестве синонимических замен выступают местоимения или слова, характеризующие человека по роду деятельности, тогда как в английском языке часто используют только фамилию. Во втором случае имя прилагательное *precarious*, относящееся к имени существительному *purity*, было переведено как *опасная*, тогда как дословный перевод слова в данном контексте (значение) – «сомнительная».

«It took four dye sessions to erase the signature jet black and lurid green she’s worn for 18 months. She was “ready for it to suck”, but it’s been transformative. “I feel more like a woman, somehow,” she says, surprised» [56]. – «Потребовалось четыре сеанса окрашивания, чтобы стереть фирменный угольно-черный и ярко-зеленый, которые она носила в течение 18 месяцев. Она была готова к тому, что **ничего не выйдет**, но все случилось

благополучно. «В каком-то смысле я больше чувствую себя женщиной», – говорит она с удивлением» [57]. В данном примере мы наблюдаем выражение *ready for it to suck*, которое дословно можно перевести как «готова к тому, что это будет отстой». Переводчик опускает сниженную лексику, заменяя выражение на стилистически нейтральное *ничего не выйдет*. Иными словами, переводчик заменяет выражение с более узким значением выражением с более широким значением.

«*Oh man. One of them is when I took pictures on my phone with these young kids (in Chile) and showed them and they were so excited. They'd just never seen a photograph of themselves. Even the water was such **poor quality** that they'd never even seen their reflection*» [54]. – «**О боже**. Один из них, когда я сфотографировала на свой телефон этих маленьких детей (в Чили) и показала им, и они были так взволнованы. Они просто никогда не видели свои фотографии. Даже вода была такого **плохого качества**, что они даже не видели своего отражения» [55].

В самом начале текста переводчик использует генерализацию, переводя *Oh man* как *О, боже!* (сохраняет выразительность речи и восклицание); переводчик также сохраняет прием многосоюзия, что позволяет речи звезды звучать так, как она была произнесена; при переводе словосочетания *poor quality* переводчик также прибегает к генерализации, заменяя имя прилагательное словом с более широким значением.

На втором по частотности месте размещается конкретизация (была отмечена 18 раз), в рамках которой предполагается замена выражения в широком значении словом или словосочетанием в более узком значении. Рассмотрим ряд наиболее ярких примеров переводов, отмеченных нами, в которых используется такая переводческая трансформация лексико-семантического уровня языка, как конкретизация.

«*I'm a little scared that she gets to read nasty comments, but I don't know how I'm gonna be able to **track** it. I heard about a celebrity who gives their kid life coaching on how to love themselves and not let people break them. Hopefully, I*

*can do the same thing» [56]. – «Я немного боюсь, что она будет читать неприятные комментарии, но я не знаю, как я смогу это **контролировать**. Я слышала о знаменитости, которая обучает своего ребенка тому, как любить себя и не позволять людям сломать себя. Надеюсь, я смогу сделать то же самое» [57].*

В данном фрагменте тексте переводчик использует конкретизацию, посредством которой усиливает смысловое значение глагола, который применяет в своей речи знаменитость: *to track it* (дословно: следить за этим / отслеживать это) заменено словом более воздействующим, но имеющим более конкретное и узкое значение – *контролировать (это)*.

*«My kid is really sassy – I can tell she’s gonna be a personality. I always want her to know that she’s beautiful. She knows what type of person I am, and when she gets older, clearly she’s gonna hear me expressing myself because we live in the same damn house» [50]. – «**Моя дочурка** очень дерзкая – я могу сказать, что она будет личностью. Я всегда хочу, чтобы она знала, что она красивая. Она знает, какой я человек, и когда она станет старше, она явно услышит, как я выражаюсь, потому что мы живем в одном чертовом доме» [51].*

Переводчик посчитал необходимым уточнить половую принадлежность ребенка, о котором идет речь в интервью, тогда как в тексте оригинала говорящий использует общее понятие *kid*. Отметим также, что переводчик использует деминутивную форму слова *дочурка*, которая стилистически подходит к прилагательному *sassy* (дерзкая).

*«“I’m not putting on that f**king wig one more time!” Eilish whoops as she appears on Zoom in late February, her face surrounded by a **shaggy butterscotch halo» [58]. – «“Я больше не надену этот чертов парик!” – Айлиш восклицает, когда появляется в Зуме в конце февраля, ее лицо окружено лохматым ореолом цвета ириски» [59].***

Так, в данном переводе используется прием конкретизации – переводчик уточняет, что речь идет об ореоле цвета ириски, тогда как в

оригинале не упоминается слово *color*. Отметим также, что в первой части анализируемого фрагмента текста дословный перевод видится недопустимым для русскоязычного журнала «Vogue», и переводчик прибегает к использованию бранного слова *чертов*, что эмоционально и стилистически подходит для выражения оценки.

*«People sometimes talk about me as being a brand, having a strategy and whatever else. I wish. Seriously. I wish I had it together enough to have a strategy. But it's so instinctual. It usually comes down to two **things**: the person I'm working with—the director is really important to me – and a line in a script. There's usually one line that I read and I'm like, “Okay. I have to say this line. I have to tell this story”»* [56]. – «Люди иногда говорят обо мне как о бренде, имеющем стратегию и что-то еще. Если бы. Серьезно. Я хотела бы, чтобы у меня было достаточно всего этого, чтобы иметь стратегию. Но это так инстинктивно. Обычно все сводится к двум **составляющим**: человеку, с которым я работаю – для меня очень важен режиссер – и строчке в сценарии. Обычно я читаю одну строчку и думаю: “Хорошо. Я должна сказать эту строчку. Я должен рассказать эту историю”» [57].

Наблюдаем, что переводчик заменяет более общее слово *things* (дословно: вещи) более конкретным – *составляющие*. На наш взгляд, данное слово хорошо вписывается в высказывание, если учитывать, какую лексику использует говорящий (Эмма Уотсон) – так речь звучит более структурированно. В интервью актриса зачастую перечисляет какие-либо аспекты, выделяет наиболее важные, обращается к методу синтеза. Слово *составляющие* в данном фрагменте интервью действительно способствует достижению адекватности и эквивалентности перевода.

Менее частотной, однако репрезентативной переводческой трансформацией, согласно проведенному анализу, послужила модуляция, в рамках которой, как правило, приводится логическое следствие значения исходной единицы. Модуляция используется в перечне избранных текстов 13 раз. Рассмотрим некоторые приемы, в которых она встречается.

*«Here's what we know. In March of 2013, Justin Bieber suffered every animal lover's worst nightmare: confiscation of his **pet** by the German government. His capuchin monkey, OG Mally, was seized by customs officials when Bieber landed in Munich for a tour stop. The exact reason is a matter of dispute, but in any event, OG Mally was placed under quarantine» [54]. – «Вот что мы знаем. В марте 2013 года Джастин Бибер пережил самый страшный кошмар любого любителя животных: правительство Германии конфисковало его **любимца**. Его обезьяна-капуцин Малли была схвачена таможенниками, когда Бибер приземлился в Мюнхене для остановки в туре. Точная причина является предметом споров, но в любом случае Малли была помещена в карантин» [55].*

В данном случае переводчик мог бы просто использовать лексему *питомец*, словосочетание *домашнее животное* и тому подобное для перевода слова *pet*, однако он посчитал целесообразным использовать слово *любимец*. На наш взгляд, такое слово действительно может обладать сильным суггестивным характером – более того, оно размещается близ слова *любитель* – повторение однокоренных слов (лексический повтор) способствует воздействию на реципиента.

*«There was a point where I felt so much pressure to put out music that I couldn't really focus much. It's like when you get home at the end of the day and you're like, "Oh, shit. I got **homework to do**"» [52]. – «Был момент, когда я чувствовала такое сильное давление из-за необходимости выпускать музыку, что не могла особо сосредоточиться. Это как когда ты возвращаешься домой в конце дня и думаешь: "Вот черт. Мне еще **столько дел надо переделать**"» [53].*

В данном примере переводчик расширяет смысловое значение выражения *homework to do* (дословно: домашняя работа, которую нужно сделать) до контекста *столько дел надо переделать*. Любопытно, что модуляция позволяет избежать повторения однокоренных слов (*home* –

homework), но обладать большим воздействующим потенциалом (обращаем внимание на морфолого-семантические особенности глагола «переделать»).

Следовательно, самым распространенным приемом среди переводческих преобразований выступает генерализация; далее идет конкретизация, а завершает тройку модуляция.

Выводы по второй главе

Во второй главе был проведен предпереводческий анализ избранных текстов интервью со звездой на английском языке, в основу которого была положена схема стилистического анализа текста, разработанная Н.Н. Тимерхановой [41]. Мы установили:

- задачу речевого общения – информирование аудитории о значимых событиях в жизнедеятельности знаменитости;
- ситуацию речевого общения: говорящий – знаменитость, слушатели – журналист и читатель;
- характер и канал информации: интервью, в которых происходит живое общение с журналистом; дистанционное общение с журналистом; в открытом доступе не имеется информации о канале общения;
- форму реализации: письменная, текстовый продукт;
- сферы: общественной жизни и отношений;
- цели автора: информирование, привлечение внимания и воздействие;
- тип текста: тексты-повествования в форме диалога;
- языковые средства: на лексическом уровне: метафора, персонификация, эпитет, сравнение, антитеза, сниженная, обценная лексика и сленгизмы; на грамматическом уровне: аллитерация, ассонанс; личные местоимения первого и второго лица, притяжательные местоимения *my/your*; конструкции с глаголами в повелительном наклонении; качественные и

относительные прилагательные; на синтаксическом уровне: лексический повтор, синтаксический параллелизм, парцелляция.

Был проведен качественный и количественный анализ перевода на русский язык текстов интервью со звездой, в результате которого мы отметили: стилистическую «сдержанность» текстов интервью в журналах на русском языке (переводов): отслеживается цензура сниженной и обценной лексики; стремление переводчиков достичь адекватного перевода текста интервью с учетом лингвостилистических средств, функционирующих в тексте оригинала (дословный перевод языковых средств выразительности и использование переводческих трансформаций при их переводе). Было установлено частотное соотношение переводческих трансформаций, которые применяют переводчики при передаче текстов интервью со звездой с английского языка на русский: самой распространенной оказалась прием генерализации, среднечастотным – прием конкретизации; менее частотным, однако репрезентативным, – прием модуляции.

Заключение

Под интервью следует понимать целостный акт коммуникации, диалог журналиста и гостя, построенный в вопрос-ответной форме, проводимый с целью получения информации, позиций, мыслей, которые могут вызвать интерес у общественности. Выступает сложным жанром публицистики с точки зрения перевода, поскольку обладает особыми средствами на всех языковых уровнях, а также требует учета прагмалингвистических установок оппонентов. Интервью – разновидность институционального дискурса, поскольку оно включает в себя статусно-ролевые отношения и может быть описано по схеме классификации массовой информации; интервью имеет типичных участников, хронотоп, цели, ценности, стратегии, материал, жанры, прецедентные тексты и дискурсивные формулы.

Перевод – это процесс передачи исходного текста на одном языке средствами другого языка, так как язык является знаковой системой; перевод рассматривается как процесс выражения или перекодирования исходного текста другими лексическими единицами; задача перевода заключается в том, чтобы максимально полно передать информацию, заложенную в оригинале. В языкознании не выделяется единая и стройная классификация переводческих преобразований, поскольку разные лингвисты выделяют разное количество приемов и отдают предпочтение определенным принципам типологии. В настоящем исследовании мы опираемся на классификацию переводческих трансформаций В. Н. Комиссаровым, который среди лексических трансформаций выделяет конкретизацию, генерализацию и модуляцию.

В ходе исследования методом сплошной выборки нами был извлечен перечень текстов англоязычных интервью на 100 тыс. печатных знаков, которые были подвергнуты стилистическому и лингвистическому анализу. В результате предпереводческого анализа текстов интервью было установлено, что задачей речевого общения в текстах интервью выступает

информирование аудитории (путем обсуждения и постановки вопросов, выражения позиции) о значимых событиях в жизнедеятельности знаменитости. В ситуации речевого общения говорящим выступает знаменитость, «первичным» слушателем – журналист (команда), также слушателем является читатель (получает информацию через посредника-журналиста). Информация об обстоятельствах речевой ситуации, времени и месте доступна исключительно участникам интервью и команде журнала. По характеру информации мы подразделили избранные интервью на три типа: в которых происходит живое общение с журналистом; дистанционное общение с журналистом; в открытом доступе не имеется информации о канале общения говорящего и «первичного» слушающего. Тексты интервью по форме реализации выступают письменным, текстовым «продуктом», доступным на бумажных и электронных носителях. Тексты интервью обслуживают такие сферы общественной жизни и отношений, как культурная, общественная, политико-идеологическая, общественно-политическая. В каждом интервью присутствует многообразие предметов и тем речи, которые обрамляются такими целями автора, как информирование, привлечение внимания и воздействие. Тексты интервью являются письменными текстами-повествованиями (со вкраплениями описаний и рассуждений) в форме диалога (со вкраплениями фрагментов монолога / внутреннего монолога или цитации). Была установлена лингвостилистическая специфика англоязычных текстов интервью со звездой. На лексическом уровне были выделены приемы метафоры, персонификации, эпитета, сравнения, антитезы, каждый из которых придает тексту особую образность; также отмечено наличие сниженной, обценной лексики и сленгизмов, которые не подвергаются цензуре; на грамматическом уровне (фонетический, словообразовательный и морфологический) выявлены приемы аллитерации, ассонанса, которые привлекают внимание читательской аудитории и придают речи звезд и интервьюеров особый колорит; личные местоимения первого и второго лица, а также

притяжательных местоимений *tu/your*, которые способствуют установлению доверительных отношений собеседником друг с другом, а также с читательской аудиторией; конструкции с глаголами в повелительном наклонении; изобилие качественных и относительных имен прилагательных (в сравнительном и превосходной степени в частности); на синтаксическом уровне были встречены приемы лексического повтора, синтаксического параллелизма, парцелляции, которые способствуют привлечению внимания адресата, делают речь более ритмичной.

В ходе переводческого анализа текстов интервью со звездой с английского языка на русский было отмечено, что переводчики и редакторы журналов на русском языке зачастую «понижают» стилистическую окраску слов, что, в первую очередь, отслеживается при переводе обценной, сниженной лексики и сленгизмов (используются приемы опущения и генерализации); однако переводчики стремятся сохранить стилистику речи авторов текстов оригинала и приглашенных на интервью звёздных гостей, чтобы передать их читательской аудитории. Это отмечается на уровне перевода стилистических приемов всех уровней, при переводе которых переводчики обращаются к переводческим трансформациям. В ходе анализа эмпирического материала было установлено, что среди лексических переводческих трансформаций в изучаемых переводах наиболее частотно используется генерализация (52%). Со средней частотностью используются конкретизация (28%) и модуляция (20%).

Список используемой литературы и используемых источников

1. Артамонов В. Н. Функционально-стилистический анализ текста : учебное пособие для студентов специальностей «Издательское дело и редактирование», «Связи с общественностью» и других родственных специальностей. Ульяновск : УлГТУ, 2004. 54 с.
2. Бабенко Л. Г. Казарин Ю. В. Лингвистический анализ художественного текста. М. : Флинта, 2003. 493 с.
3. Бархударов Л. С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода. М. : ЛКИ, 2013. 240 с.
4. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М. : Просвещение, 1986. 316 с.
5. Богданов Н. Г., Вяземский Б. А. Справочник журналиста. Ленинград : Лениздат, 1971. 418 с.
6. Вине Ж.-П., Дарбельне Ж. Технические способы перевода // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. 1978. № 1. С. 157–167.
7. Власян Г. Р. Природа речевого воздействия // Вестник Челябинского государственного университета. 2007. № 20 (98). С. 31–34.
8. Ворошилов В. В. Журналистика. СПб. : Перемена, 2000. 312 с.
9. Гак В. Г. Теория и практика перевода. Французский язык. М. : Интердиалект+, 1999. 316 с.
10. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М. : КомКнига, 2006. 144 с.
11. Голанова Е. И. О современном публичном диалоге // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. М. : Наука, 2000. С. 142–150.
12. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе. М. : РИП-Холдинг, 2001. 274 с.
13. Желтухина М. Р. Топологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. М.: Институт языкознания РАН, 2003. 656 с.

14. Ильченко С. Н. Интервью в журналистике: как это делается : учеб. пособие. СПб. : СПбГУ, 2016. 236 с.
15. Казакова Т. А. Практические основы перевода. English <=> Russian. Учебное пособие. СПб. : Союз, 2005. 320 с.
16. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
17. Кибрик А. А. О некоторых видах знаний в модели естественного диалога // Вестник языкознания. 1991. №1. С. 61–68.
18. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста : учеб. пособие М. : Аспект-Пресс, 2013. 341 с.
19. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. М.: ЭТС, 2000. 192 с.
20. Комиссаров В.Н. Лингвистика перевода. М. : ЛКИ, 2017. 176 с.
21. Кошкарлова Н. Н. Коммуникативные стратегии и тактики интервьюера и интервьюируемого в гармоничном дискурсе: специфика политического интервью // Учёные записки ЗабГУ. 2010. №3. С. 88–93.
22. Кушнина Л. В., Ушакова О. О., Криворучко А. И. Когнитивные механизмы перевода // Вопросы когнитивной лингвистики. 2016. № 3. С. 85–95.
23. Латышев Л. К. Технология перевода. М. : Академия, 2005. 320 с.
24. Левицкая Т. Р., Фитерман А. М. Проблемы перевода. М. : Международные отношения, 1976. 205 с.
25. Лукина М. М. Технология интервью: учеб. пособие. М. : Аспект-Пресс, 2008. 100 с.
26. Мажура А. В., Тимофеева Е. Д. К вопросу о жанровой классификации интервью в журналистском творчестве // Наука и школа. 2019. № 3. С. 47–53.
27. Майданова Л. М. Стилистические особенности газетных жанров. Свердловск : Издательство Уральского университета, 1987. 65 с.

28. Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода. М. : Московский Лицей, 1996. 208 с.
29. Николенко Е. А. Типовая структура дискурса интервью // Мир лингвистики и коммуникации [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=11790588&> (дата обращения: 03.12.2022).
30. Николюкин А. Н. Литературная энциклопедия терминов и понятий. М. : Интелвак, 2001. 1585 с.
31. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. М. : Азъ, 1992. 782 с.
32. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М. : Просвещение, 2007. 314 с.
33. Попова Т. И. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте. СПб. : СПбГУ, 2002. 220 с.
34. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. М. : Р. Валент, 2007. 244 с.
35. Салихов А. Ю. Типология дискурса. Дискурс ток шоу // *Lingua Mobilis*. 2014. № 5 (51). С. 44–53.
36. Сигарева Н. В., Сеницына Л. С. «Звездное» интервью как объект перевода и его прагматический потенциал // *Проблемы современной филологии и лингводидактики*. 2016. № 1. С. 30–35.
37. Скуридина И. В. Переводческое интервью как самостоятельный жанр метапереводческой деятельности // *Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики*. 2018. №3. С. 51–58.
38. Смелкова З. С. Риторические основы журналистики: Работа над жанрами газеты. М.: Наука, 2002. 318 с.
39. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. М. : Наука, 2003. 696 с.
40. Стрельцов Б.В. Основы публицистики. Жанры. Минск : Университетское, 1999. 240 с.

41. Тимерханова Н. Н. Виды лингвистического анализа по русскому языку в вузе. Ижевск : Издательство «Удмуртский университет». 2011. 126 с.
42. Федоров А. В. Основы общей теории перевода [лингвистические проблемы]: учеб. пособие. СПб.: ФИЛОЛОГИЯ ТРИ, 2002. 416 с.
43. Швейцер А. Д. Теория перевода. М. : Наука, 1988. 215 с.
44. Швец Е. В. «Звездное» интервью в коммуникативно-прагматическом аспекте: автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Калининград, 2008. 24 с.
45. Шевнин А. Б., Серов В. С. Теория и практика перевода : пособие для студентов филол. фак. ун-тов и фак. иностр. яз. пед. ин-тов. Элиста : КГУ, 1979. 125 с.
46. Шостак М. И. Журналист и его произведение. М. : Гендальф, 1998. 96 с.
47. Щербатых Е. Ю. Конструкции оценочной семантики в текстах современных англоязычных интервью: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.02. Ярославль, 2016. 256 с.
48. Щетинкин В. Е. Пособие по переводу с французского языка на русский М. : Просвещение, 1987. 160 с.
49. Яшина Н. В. Коммуникативные и интонационные особенности дискурса телеинтервью (на материале американского варианта английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Иваново, 2007. 22 с.
50. Billboard [Электронный ресурс]. URL: <https://www.billboard.com>. (дата обращения: 20.12.2022).
51. Billboard (российское издание) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.billboard.ru.msn.com> (дата обращения: 20.12.2022).
52. Dazed [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dazeddigital.com> (дата обращения: 20.12.2022).
53. Dazed. Russia [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dazeddigital.com/tag/russia> (дата обращения: 20.12.2022).

54. GQ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gq-magazine.co.uk>.
(дата обращения: 20.12.2022).

55. GQ.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gq.ru> (дата обращения: 20.12.2022).

56. Interview [Электронный ресурс]. URL: <https://www.interviewmagazine.com> (дата обращения: 20.12.2022).

57. Interview Russia [Электронный ресурс]. URL: <https://interviewrussia.ru> (дата обращения: 20.12.2022).

58. Vogue [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vogue.com>. (дата обращения: 20.12.2022).

59. Vogue Россия [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vogue.ru>
(дата обращения: 20.12.2022).