

то такое сообщение получает высокий сенсационный потенциал. В самой же статье действительно говорится об убийстве генералов НАТО, но при этом нет никаких ссылок на источники, что заставляет читателя читать дальше, чтобы найти подтверждения об убийстве генералов, количестве жертв, но такой информации не дается. Подача информации происходит таким образом, что логическая и содержательная связь между событиями отсутствуют: упоминаются склады с боеприпасами в Украине (не указано конкретное место), секретная база (неизвестно, где она), объект под Львовом (также нет конкретного указания). При этом непонятно, относится ли вся эта информация к одному событию или же к череде событий. К тому же, все эти события абсолютно не связаны с генералами НАТО.

Использование семантически пустых слов *некоторый, около, недавняя активность* лишает статью какой-либо информативности вообще. Каждый читатель может трактовать эти лексические единицы по-своему. Таким образом, единственная ссылка, которую получают читатели, – это ссылка на комментарии военных политологов, специфика работы которых очень туманна.

Таким образом, все содержание статьи слабо связано с сенсацией, обещанной в заголовке. Использование семантически пустых слов, логически несвязных предложений и неясное представление о специфике работы специалистов, на которых ссылаются, – классический набор лингвистических средств в классической схеме кликбейта. Отметим, что об убитых генералах нет информации, равно как об истерике в Вашингтоне.

А. Солдатова

СПОСОБЫ ВЕРБАЛИЗАЦИИ ГОВОРЯЩЕГО В ИНТЕРВЬЮ

Публицистические тексты, включая интервью, являются важным источником информации для общества, и их авторизация играет значительную роль в обеспечении надежности и точности информации. Сравнение лексико-синтаксических средств авторизации текста во французском и английском языках позволяет выявить различия и сходства в подходах к авторизации информации в разных культурах и языках.

Результаты исследования показали, что способы авторизации информации во франкоязычном и англоязычном интервью во многом схожи.

Ключевыми лексико-синтаксическими способами авторизации текста во франкоязычных и англоязычных интервью являются: 1) указание имени респондента в заголовке интервью: *Entretien avec un auteur nommé Anne Rice* «Интервью с автором по имени Энн Райс», *An interview with Dr. Vasantha Padmanabhan* «Интервью с доктором Васантой Падманабхан»;

2) указание главных лиц, занимающихся текстом интервью (автора, переводчика, редактора и др.): «*Auteur Y.E., Par Baptiste Liger*», «*Texte Joan*

Yago, Rédaction : Stéphanie Montagne-Grésille » и др. В интервью на английском языке отмечена эта особенность: *T Rajendra Kumar* ‘Т. Раджендра Кумар’, *UMaine Marches for Science* *umainemarchesforscience@gmail.com* ‘UMaine выступает за науку *umainemarchesforscience@gmail.com*’;

3) использование синтаксических конструкций и указание на иного деятеля искусства науки, который занимается деятельностью в направлении, подобном подходу респондента: *...comme le fait François de Singly que « l’individualisme crée du lien ? »* ‘...как Франсуа де Сингли делает, что “индивидуализм создает связи?”’; *Most people are uninspired because they either don’t have goals or their goals aren’t big enough. Grant Cardone said it best, “Have goals so big that your problems pale in comparison”* ‘Большинство людей не вдохновлены, потому что у них либо нет целей, либо их цели недостаточно велики. Лучше всего об этом сказал Грант Кардоне: «Ставь такие большие цели, чтобы твои проблемы бледнели по сравнению с ними»’.

Кроме того, во французском языке авторы часто используют пассивный залог и косвенную речь для авторизации информации, в то время как в английском языке часто употребляются активный залог и прямая речь: *L’interview a été menée par le journaliste* (пассивный залог: ‘Интервью было проведено журналистом’); *I conducted the interview with the CEO* (активный залог: ‘Я провел интервью с генеральным директором’). Кроме того, во французском языке часто используется косвенная речь, которая помогает авторам интервью авторизовать информацию: *Le ministre a déclaré que la réforme serait mise en œuvre l’année prochaine* (косвенная речь: ‘Министр заявил, что реформа будет введена в действие в следующем году’).

А. Ткачева

СТРАТЕГИЯ ЗАМЕНЫ ПРИ ПЕРЕВОДЕ НАЗВАНИЯ ФРАНЦУЗСКОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ФИЛЬМА

Французский кинематограф не теряет своей популярности на мировом рынке фильмов. При этом название художественного фильма представляет собой не только языковое и смысловое единство, но и переводческую проблему. Языковая игра, культурная подоплека – лишь части трудновыполнимой миссии, возложенной на переводчиков, чья главная задача – воплотить творческий замысел авторов кинокартины, которую предстоит оценить иноязычному зрителю. При этом культурные, смысловые и собственно языковые факторы нередко определяют обращение к стратегии замены.

Ниже систематизируются случаи полной замены оригинального названия французского художественного фильма при его переводе на русский язык. Объектом исследования являются названия 20 французских художественных фильмов и их русские соответствия, образованные в результате применения стратегии замены. Предметом исследования выступают переводческие замены оригинальных названий. В работе ставится цель определить,