

Aber es fiel so viel Russ herein, dass das Mädchen die Luke gleich wieder zuziehen und mit ihrem Taschentuch die Hände K.s vom Ruß reinigen mußte, denn K. war zu müde, um das selbst zu besorgen [F. Kafka. «Der Prozess»] (Но посыпалось столько сажи, что девушке пришлось тут же закрыть люк и смахнуть сажу с рук К. своим носовым платком, потому что сам он слишком ослабел).

... da gab ihm der Vater von hinten einen jetzt wahrhaftig erlösenden starken Stoß, und er flog, heftig blutend, weit in sein Zimmer hinein [F. Kafka. «Die Verwandlung»]. (... и тогда отец с силой дал ему сзади поистине спасительного теперь пинка, и Грегор, обливаясь кровью, влетел в свою комнату).

Однако из приведенных примеров видно, как целесообразный перевод дейктического элемента позволяет установить: кто из персонажей является в данный момент субъектом повествования, а также в каком месте располагается в каждом конкретном эпизоде точка наблюдения. Характерно, что в русских переводах это чаще всего можно увидеть только из контекста.

Когда у некоторого слова в специфических выражениях нет стандартных аналогов в других языках, может создаться впечатление, что подобные значения непереводимы в принципе. Корпусная практика показывает, что способы передачи таких смыслов все-таки существуют, и позволяет эти варианты использовать при переводе.

В. Казимирская

БЛОГ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Одной из форм реализации виртуального общения в сети Интернет является блог, т.е. личный online-дневник (сетевой дневник) с отдельными записями, расположенными, чаще всего, в обратном хронологическом порядке и открытыми для всеобщего обозрения. Основными композиционными признаками блога являются профиль автора (блоггера), содержащий информацию о его возрасте, поле, дате создания блога и т.п.; статьи или заметки; личные комментарии блоггера; комментарии, оставляемые читателями. Взаимный обмен комментариями с автором дневника создает иллюзию межличностной коммуникации, которая в действительности публичная, поскольку записи и комментарии к ним доступны широкой аудитории. Характерной чертой блога является динамичность, поскольку рост и усложнение структуры текста за счет включения новых записей и комментариев является единственно возможным способом его существования.

Единой классификации блогов не существует. Так, по авторству интернет-дневники делят на корпоративные, используемые как средство коммуникации для членов отдельного отдела или всей фирмы; коллективные, авторами которых является группа людей, связанных профессиональной деятельностью, интересами, местонахождением; авторские, в которых блоггеры делятся своими мыслями или собственным опытом.

По цели создания различают тематические, общетематические, имиджевые и бизнес-блоги. Тематические ресурсы посвящены только одной теме: музыке, политике, путешествиям и т.д. Тематическими являются и сплоги (сайт-блоги или спам-блоги), созданные для раскручивания других ресурсов или осуществления спам-рассылок. Полной противоположностью этого вида блогов являются общетематические дневники, содержащие тексты на разные темы и ориентированные на среднего пользователя. Имиджевые блоги ведут как отдельные люди, так и целые компании для поиска новых бизнес-партнеров, клиентов или раскрутки собственного бренда.

По содержанию выделяют текстовые блоги, видеоблоги (влоги), подкасты, фотоблоги. Самым распространенным видом является текстовый блог, основу которого составляют статьи, хотя его автор может использовать видео и фотоснимки. Подкасты создаются для широкого круга читателей и представляют собой блоги, посетители которых могут загружать постоянно обновляемые аудиофайлы. Сайты, на которых реализуются подкасты, похожи на ток-шоу. Видеоблогов в настоящее время много, поскольку видеоконтент удобен для восприятия, а записать видео не является сложной проблемой. Довольно часто успешные влоги на канале Youtube привлекают внимание компаний, которые могут продвигать свою продукцию или услуги, спонсируя прямую или скрытую рекламу. Фотоблоги также очень оригинальный и популярный вид блога, часто реализуемый в социальной сети Instagram, где главное не тексты, а фотоснимки и небольшие заголовки или комментарии, сопровождающие фото. Существуют и более редкие разновидности блогов – тлог и микроблог. На тлоге публикуют различные виды информации. Но для одной записи используется только один формат: видео, текст либо ссылки. Первым бесплатным сервисом тлогов является Tumblr. В микроблоге публикуют небольшие сообщения, ссылки или видео. Самым известным сервисом микроблогов признана социальная сеть Twitter.

Таким образом, как гипертекстовый документ и одновременно интерактивный инструмент речевого взаимодействия в форме полилога, блог обслуживает неофициальные публичные коммуникативные ситуации. При этом ситуация речевого взаимодействия автора и комментаторов блога имеет много общего с реальным разговором, который реализуется посредством письменного текста. В докладе приводятся фрагменты франкоязычных блогов разных типов, иллюстрирующих приведенные выше положения.

А. Кацубинская

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ В АВТОМАТИЧЕСКОМ ПЕРЕВОДНОМ СЛОВАРЕ

Электронный текст имеет нелинейную структуру, включает несколько параллельных слоев информации. С одной стороны, текст состоит из языковых элементов различного уровня (слова, фразы, предложения), с другой стороны, он состоит из структурных сегментов различных типов (заголовки,