

performances have become the signature of the festival, as the artists transform the city into a colorful, immersive and constantly moving work of art выступает сочетание метафоры, благодаря которой город представляется в образе произведения искусства, и эпитетов. При переводе данного фрагмента в результате применения калькирования возможно сохранение метафоры искусства, а в отношении эпитетов могут использоваться эквивалентный перевод и подбор функционального аналога: *Эти бесплатные представления стали визитной карточкой фестиваля, поскольку художники превращают город в красочное, захватывающее и постоянно движущееся произведение искусства.*

Таким образом, авторы публикаций на туристическую тематику прибегают к комплексу экспрессивных средств для достижения прагматического эффекта и оказания воздействия на реципиента. Для сохранения эффекта при их передаче на русский язык применяются различные переводческие решения, в частности, подбор функционального аналога, описательный перевод и калькирование с сохранением или заменой оригинального метафорического образа.

Е. Каплунов

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ В ПЕРЕВОДЕ СПОРТИВНОГО ИНТЕРВЬЮ

Сегодня спорт играет большую роль в жизни людей, пристально следящих за любимыми видами спорта. В связи с этим возникает необходимость в обеспечении качественной коммуникацией спортсменов, тренеров, журналистов – представителей разных стран и разных культур в рамках спортивных интервью.

Интервью как жанр журналистского дискурса определяет диалогическая форма подачи информации, и оно отличается от других типов беседы особенными прагматическими признаками, например, большим количеством адресатов, степенью публичности.

В ходе анализа спортивных интервью по баскетболу было установлено, что они классифицируются на три подвида:

1) по времени проведения (пред/пост игровое интервью); 2) по цели проведения (оперативное и портретное); 3) по количеству участников (тет-а-тет, пресс-конференция).

Что касается прагмалингвистического аспекта интервью, было выявлено, что перевод интервью заключается, прежде всего, в передаче предметно-логического содержания, для чего используется баскетбольная лексика, которая делится на 1) общеспортивные термины: *bench* ‘скамейка запасных’; *pass* ‘пасс’; 2) собственно баскетбольные термины: *travel* ‘пробежка’; *turnover* ‘потеря мяча’, *rebound* ‘подбор’; 3) слэнг *baller* ‘баскетболист, обычно любитель’; *brick* ‘кирпич, неудачный бросок’. Анализ показал, что самым частотным способом перевода баскетбольной лексики является описательный перевод. Этот метод прагматически обусловлен, он раскрывает значение слова наилучшим образом, поскольку в русском языке отсутствуют эквиваленты для перевода многих баскетбольных терминов.

Кроме того, переводчик сохраняет две главные коммуникативные стратегии интервью: информирования и выражения мнения.

Стратегия информирования направлена на сообщение аудитории некоторой фактуальной информации. Языковыми маркерами данной стратегии являются вопросительные местоимения *who, what, whose, which, when, where, how, why*: *Why did you decide to become a basketball player?* ‘Почему ты решил стать баскетболистом?’

Стратегия выражения мнения представляет собой анализ, объяснение, оценку фактов. К языковым маркерам относятся: глаголы и выражения со значением субъективного мнения *think, believe, assume* и др.; слова с оценочной семантикой *good, bad* и др.: *Was it easy for you to recover from such a serious injury?* ‘Легко ли было поправиться после такой серьезной травмы?’

Таким образом, прагматика всегда присутствует в организации и проведении спортивного интервью, включая переводческий аспект.

А. Карпушкина

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СРАВНЕНИЙ В РАССКАЗАХ П. Г. ВУДХАУСА

Рассматривая сравнительные конструкции, мы, вслед за М. И. Конюшкевич, используем термины *компарат* (то, что сравнивается), *компарат* (то, с чем производится сравнение), *основание* (признак, на основе которого сопоставляются компарант и компарат) и *компарат* (средство выражения сравнительного значения). В данной работе представлены результаты анализа семантики компарантов, проведенного на материале 100 английских сравнительных конструкций с союзом *like* из рассказов П. Г. Вудхауса.

Нами выявлено, что в качестве компарантов в рассмотренных сравнениях выступают: 1) человек либо части его тела (*she was rather like one of those innocent-tasting American drinks which creep imperceptibly into your system; a tall, thin man with an eye like a gimlet*); 2) чувства (*I felt like the proprietor of a performing dog on the vaudeville stage; I felt like a lost child who spots his father in the offing*); 3) звуки (*you made a noise like a ton of bricks when you went down just now; poor old Rocky gave a sort of gurgle, a kind of sound rather like the whisky had made running out of the decanter on to my carpet*); 4) действия (*her eyes went through me like a couple of bullets through a pat of butter; I've given in like a lamb*); 5) состояния (*she had listened like an iceberg; old Blumenfield swelled like a pumped-up tyre*); 6) места (*there's no place like home*); 7) события (*I got over it, and came to look on the affair as a closed page in the book of my life*); 8) процессы (*getting ideas is like golf*).

Из анализа семантики компарантов следует, что объектами всех сравнений в рассказах П. Г. Вудхауса выступает то, что непосредственно окружает главного героя, от лица которого ведется повествование, или происходит рядом с ним. На этом основании мы делаем вывод о том, что в выборе компарантов проявляется антропоцентризм человеческого мышления.