

Е. Гарновская

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИНТЕРВЬЮ
АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕЛЕШОУ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

В качестве материала исследования потенциала интервью англоязычных телешоу в аспекте перевода были использованы интервью общим объемом звучания 120 минут.

Изучение интервью англоязычных телешоу в прагматическом аспекте подразумевает, прежде всего, определение языковых средств целенаправленного воздействия как на аудиторию в целом, так и на каждого телезрителя шоу в частности. В ходе ведения интервью коммуниканты преследуют опре-

деленные прагматические цели: завоевание авторитета или желание понравиться, передача партнеру новых знаний, изменение его мировоззрения, создание хорошего настроения и т.д., для достижения которых коммуниканты применяют различные коммуникативные стратегии и тактики.

Анализ коммуникативных стратегий и тактик, используемых ведущими и гостями англоязычных телешоу, показывает, что в их речи чаще встречаются кооперативные, чем конфронтационные тактики. Это обусловлено как форматом самих интервью телешоу, так и тем, что современные принципы эффективной коммуникации требуют гармонизации общения и решения возникших проблем бесконфликтным путем. Следовательно, данный формат не подразумевает высказывания отрицательных оценок.

Для создания качественного перевода интервью телешоу переводчику требуется грамотно применять необходимые переводческие решения – прибегать к прагматической адаптации. В качестве примера можно привести использование в интервью большого количества вводных конструкций и слов, например: *well, listen, you know, I mean*, которые являются маркерами разговорной речи. Они должны переводиться как ‘в общем’, ‘ну знаешь’, ‘я имею в виду’. Стоит отметить, что в речи коммуникантов часто встречается сленг и такие обращения, как *buddy, pal, dude*. При передаче на русский язык их не стоит опускать, а необходимо перевести как ‘приятель’, ‘дружисще’, ‘братишка’. Такое обилие разговорных единиц свидетельствует об использовании стратегии завоевания авторитета, то есть о желании понравиться, говорить на языке, понятном и доступном простому зрителю телешоу. Опущение данных единиц при переводе может привести к коммуникативной неудаче, так как «сотрет» прагматическое намерение говорящего.

Подводя итог, отметим, что публичные люди имеют навыки выступлений в качестве интервьюируемого собеседника. Они стремятся к тому, чтобы реализовать прагматические цели высказывания и быть максимально понятыми аудиторией, что, в свою очередь, обязательно должен учитывать переводчик для сохранения в переводе посыла и того воздействия, которое должно оказывать на зрителя интервью.