



УДК 81'25

## ЛОНГРІД ЯК ОБ'ЄКТ СУЧАСНОГО ПЕРЕКЛАДУ

**Єлісеєва С.В., старший викладач**

кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови

*Чорноморській національній університет імені Петра Могили*

У статті розглядаються особливості перекладу лонгріда, який є способом надання інформації в Інтернеті. Основна увага зосереджена на висвітленні поняття «лонгрід» та його складових елементах. Надані основні характерні риси стилю, до якого належить лонгрід. У статті описані основні способи перекладу лонгріда та труднощі, з якими стикається перекладач під час його перекладу.

**Ключові слова:** лонгрід, інформація, стиль, характеристика, трудність, переклад, відеоролик, синхронізація.

В статье рассматриваются особенности перевода лонгрида, который является способом подачи информации в Интернете. Основное внимание сосредоточено на освещении понятия «лонгрід» и его составляющих. Указаны основные характерные черты стиля, к которому принадлежит лонгрід. В статье описаны основные способы перевода лонгрида и трудности, с которыми сталкивается переводчик во время его перевода.

Ключевые слова: лонгрід, информация, стиль, характеристика, трудность, перевод, видеоролик, синхронизация.

### Yeliseyeva S.V. LONGREAD AS AN OBJECT OF THE CONTEMPORARY TRANSLATION

The article is devoted to the peculiarities of the translation of longread, which is a way of submitting information on the Internet. The main focus is the highlighting of the «longread» concept and its components. There are indicated the main characteristic features of the style to which the longread belongs in the article. The article describes the main ways of longread translation and the difficulties that the translator/interpreter encounters during its translation.

**Key words:** longread, information, style, characteristic, difficulty, translation, video, synchronization.

**Постановка проблеми.** Питання способу надання інформації, який би був оптимальним для сучасного читача і викликав у нього інтерес до читання, є завжди актуальним є будь-який час. Лонгрід є актуальним є століття швидкого контенту, тому що в аудиторії з'явився інтерес до довгих історій на тлі інформаційного перевантаження безглуздими короткими текстами.

**Метою** цієї статті є висвітлення поняття «лонгрід» та деяких питань, що стосуються перекладу даного виду надання інформації.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: 1) надати визначення поняття «лонгрід»; 2) висвітлити основні характерні риси лонгріду з точки зору його побудови та з лінгвістичної точки зору; 3) визначити функціональний стиль, до якого належить лонгрід та надати його основні риси; 4) визначити способи перекладу лонгріду та описати основні труднощі, з якими стикається перекладач під час його перекладу.

**Виклад основного матеріалу.** Журналісти писали довгі матеріали ще задовго до того, як з'явився Інтернет. У перекладі з англійської мови «long read» означає «довге читання». Це новий, або добре забутий старий формат. У наш час це «цифровий будівеллінг», текстовий контент до 30 тис. символів, розбитий на частини різними вставками. У його комп-

лект входять відеоролики, інтерактивні зображення, різні презентації і т. д.

Головним у цьому виді джерела інформації вважається інтерактивне подання матеріалу – відео і звук, які супроводжують читання тексту досить великого розміру. Це мультимедійна історія, в якій обов'язковою вважається присутність окремої сторінки з паралаксом верстанням [1]. Паралаксне верстання є технікою в комп'ютерній графіці, яка дозволяє фоновому зображенню рухатися разом з основним зображенням, але з меншою швидкістю. Такий вид особливих ефектів створює ілюзію глибини сайту [2].

Формально будь-який об'ємний матеріал, який має добре верстання і наповнений різноманітним вмістом (текст, фото, інтерактивний контент), є лонгрідом. Інтернет з'явився порівняно давно, але технічних можливостей транслювати контент із великою кількістю слів не було.

У теперешній час люди звикли читати з екрану телефону, що пояснюється великою зайнятістю і відсутністю вільного часу. Час, проведений із телефоном в руках, – це або вільний час, або хвилини вимушеного очікування. Що стосується дочитування матеріалу до кінця, то це питання не розміру інформації, а змісту і форми. Добра структура тексту і якісне верстання збільшує відсоток дочитувань.

У загальній масі читачів можна розділити на декілька видів:

1) люди, які бачать заголовок, відкривають текст, читають перше слово, друге слово, третє слово. Якщо текст «затягує», вони дочитують його до кінця; 2) оцінювачі – це досвідчені читачі, які спочатку переглядають усі заголовки і підзаголовки, щоб визначити, яку новизну і цінність має матеріал, а вже потім приймають рішення, читати його або ні. Для таких читачів не представляють особливий важливості помітні заголовки; 3) кросс-рідери – це люди, які прокидають сторінку поглядом, вихоплюючи частини тексту, і читають тільки те, що їх зацікавило. На відміну від оцінювачів, які порівнюють матеріал зі всім, що вони читали раніше, кросс-рідери діють імпульсивно. У них маленьке вікно уваги, і якщо в нього не потрапило щось для них цікаве, вони підуть далі. Інтерактив і верстання створюються саме для останнього виду читачів. Якщо матеріал якісно проработаний на всіх трьох рівнях, то кожен може стати його читачем.

Лонгрід – це довге читання не внаслідок об'єму, а завдяки глибині освоєння теми.

В якості загальних характеристик лонгріда можна привести такі:

1) вживання малої кількості прикметників і/або взагалі відсутність прислівників; 2) відсутність атрибуції діалогу; 3) наявність найемоційніше забарвлених епітетів; 4) наявність кращих метафор; 5) відсутність абзаців, які нічого не вносять в сенс тексту.

Лонгрід може складатися з таких контентів:

1) текст: цитати експертів або опонентів, протилежні погляди на проблему, оповідання очевидців, історичні довідки, наукові дані; 2) відео, аудіо, фото та зображення; 3) чати і скриншоти обговорень; 4) інфографіка; 5) карти місцевості і так далі [3].

З точки зору перекладу лонгріда представляють особливий інтерес. Звичним є розгляд двох видів перекладу: усного і письмового. У даному випадку ми маємо справу одночасно з письмовим (текстовий контент) і усним (аудіовізуальний контент) перекладом. Відповідно, перекладач стикається з необхідністю передачі інформації у двох напрямках, враховуючи всі особливості цих видів перекладу.

Розглянемо текстову складову лонгріда з точки зору перекладу. Текст лонгріда є інформацією, поданою в мережі Інтернет ЗМІ або будь-якими іншими джерелами. Такий текст відноситься до публіцистичного функціонального стилю і має всі його харак-

терні особливості. Вивчення публіцистичного дискурсу представлено в роботах таких учених, як Н.Н. Белозеровой, М.Ю. Горохова, Т.В. Добросклонной, Л.Е. Кройчика, О.В. Хохловой, Е.С. Щелкуновой, В.И. Камеңевой, Н.И. Клушиной, И.А. Стернина та ін.

В якості прикладів характерних рис публіцистичних текстів можна назвати такі: 1) емоційність і образність мови, що сприяє створенню необхідної атмосфери; 2) оцінюваність і упевненість, що забезпечує зацікавленість; 3) логіка викладу з опорою на неспростовні факти – для надання мови достовірності й інформативності; 4) заклик читачів (слухачів) до дії і загальнодоступність; 5) легкий і виразний виклад.

З лінгвістичної точки зору публіцистичний текст має такі характеристики: 1) в лексиці – емоційно-експресивні і розмовні слова, фразеологізми і стійкі вирази, діалектні або жаргонні слова – залежно від специфіки аудиторії; 2) в морфології – велика кількість прикметників, займенників і прислівників, дієслова в теперішньому часі; 3) в синтаксисі – короткі і неповні речення чергуються з важкими складнопідрядними, побудова речення – розмовна, проста для сприйняття [4].

Що стосується мети публіцистичних текстів, можна сказати, що ними є в основному дві: 1) надання інформації і 2) вплив на читача. Проте не дивлячись на те, що в будь-якому публіцистичному матеріалі вказано авторство, авторська особа абсолютно не проявляється в тексті, який підпорядкований рамкам і законам публіцистики. Крім того, позиція автора може представляти позицію якогось об'єднання або політичної партії. Виключенням є досить популярні авторські колонки вільних журналістів. Крім того, публіцистичний стиль характеризується наявністю кліше, тобто поєднаннями, які мають стійку сполучуваність, але актуальну тільки в рамках публіцистичного стилю. Наприклад, «серйозні прогнози», «загальновідомо, що», «з достовірних джерел стало відомо» та інші.

Складність перекладу публіцистичних текстів полягає саме в їх клішированості. Ці вирази існують у рамках тексту і не є стійкими виразами. Кліше можна лише впізнати в тексті і шукати відповідний для них переклад в мові цільової аудиторії.

Наступна трудність, з якою стикаються перекладачі публіцистичних текстів, – це так звані «підводні камені», до яких можна віднести неповноту речення або незакінченість фрази. Наприклад, ідіома, прислів'я



або фразеологізм можуть обриватися на середині. У такому разі перекладачеві доводиться виконувати переклад також за принципом неповноти. Складність полягає в тому, що, по-перше, необхідно зрозуміти, яку саме ідіому або фразеологізм використав автор у початковому тексті, потім, використовуючи відповідний в цій конкретній ситуації спосіб перекладу, виконати коректний переклад.

Наступною трудністю перекладу публіцистичних текстів є контамінація, тобто переплетіння двох фразеологізмів. В якості прикладів контамінації можна привести такі: *приділити значення* (з *приділити увагу* і *надавати значення*), *ця справа гроша виїденого не коштує* (змішення фразеологізмів – *гроша ламаного не коштує* і *яйця виїденого не коштує*), *мова не обертається і рука не піднімається* (іменник використаний з першого фразеологізму, а дієслово з другого) [5] та інші подібні вирази. Перекладачеві необхідно підібрати еквіваленти в мові перекладу і з'єднати їх разом так, щоб це було зрозуміло цільовій аудиторії.

Також ще однією трудністю для перекладача є алюзивність публіцистичних текстів. Автори часто використовують у текстах вже відому читачеві інформацію, наприклад, фрагменти реклами, кінофільмів, відомих книг, фраз або нікнеймів. Ця інформація досить складна для перекладу і є предметом обговорення відносно доцільності її перекладу взагалі: чи варто перекладачеві передавати цю інформацію і коментувати її, якщо цільова аудиторія не володіє контекстом. Перекладач може використати прийом описового перекладу або пояснення, використати перекладацьку трансформацію додавання або пояснити значення у виносках.

Окрім кліше, фразеологізмів, прихованих цитат у публіцистичному тексті дуже важливі синтаксичні компоненти. Досить часто використовується інверсія або парцеляція (відділення частини речення).

Особливу роль у публіцистичних текстах грають так звані «модні слова», які часто мають іноземне походження. Під час перекладу таких слів для збереження смислового навантаження, в даному випадку «модності» слова, перекладачеві необхідно перенести її на іншу лексему, тобто відповідно до контексту зробити заміну на модні для мови перекладу слова.

На особливу увагу з боку перекладача заслуговує також прихований комізм, який досягається шляхом використання лексики високого стилю поряд із нейтральною лек-

сикою. У перекладі це може компенсуватися варіативними відповідностями [6].

Розглянемо іншу складову частину перекладу лонгвідів, а саме переклад аудіовізуального контенту. Аудіовізуальний матеріал є полісемантичним. Переклад аудіовізуального контенту вимагає знання різних стратегій семантичного аналізу і семантичного синтезу інформації, яка поступає по паралельних каналах сприйняття. Передача вербальної і невербальної інформації здійснюється в аудіовізуальному тексті одночасно по двох каналах – акустичному і візуальному, лінгвістичний код перестає грати визначальну роль.

Обов'язковою стадією процесу перекладу відеоролика є підготовка стенограми, тобто набір тексту з відеозапису, який надалі перекладається на мову цільової аудиторії. Перш ніж приступити до перекладу, перекладач повністю переглядає відеоролик, тому що для нього важливо зрозуміти сюжет, послідовність подій, емоційних станів, через які йому належить провести глядача. Йому доводиться заново створювати матеріал, тому спочатку він повинен сам його відчути. В іншому випадку він почне роботу, а в середині відеоролика може виявити, що робить щось не так, а це неприпустимо.

До найпоширеніших видів аудіовізуального перекладу відноситься субтитрування. Але в лонгідах, крім субтитрування для перекладу відеороликів, використовується також дублювання та закадровий переклад. Субтитр – це напис у нижній частині кадру відеоролика, що є коротким перекладом іншомовного тексту мовою, зрозумілою глядачам. Проблематику відтворення субтитрів у відеоматеріалах розглядали такі фахівці, як *Козуляев А.В., Маленова Е.Д., Яковлева Л.В., Ткачева И.А., Рукеглаз И., Janecová E., Bartoll E., Orero P, T.Tomaszkiewicz* та інші.

Загальною особливістю перекладу за допомогою субтитрів є необхідність ущільнення (компресії) оригінального звучного тексту для відображення його у вигляді субтитрів. Результатом цієї компресії є одна з перекладацьких трансформацій – опущення мовних елементів, що має на увазі відмову від передачі в тексті перекладу семантично надмірних мовних одиниць. Наприклад, такі мовні одиниці, як *well, you know, you see, atm, as I say*, можуть бути опущені без втрати смислового навантаження речення. Так само вирази *yes, sorry, thanks, no, ok* можуть бути опущені, оскільки у відеоконтенті з якісним звуком і вимовою їх можна чітко почути і зрозуміти. Але все залежить від комунікативної

ситуації і не завжди подібне опущення може бути доречним. Одним із прикладів може слугувати нечітка вимова або вимова в сленговому варіанті: *okey-dokey, tha, yur, nup, etc.*

Якщо в тексті зустрічаються двоскладові прикметники і говір, в якого є односкладові еквіваленти в мові перекладу, то в субтитрах замість двоскладових використовуються їх односкладові еквіваленти. Під час зміни синтаксичних структур у субтитрах складніші синтаксичні конструкції замінюються простими, оскільки вони легше сприймаються. Але у випадку подібної зміни обов'язково повинен зберігатися баланс між семантичним аспектом (збереження смислового навантаження), прагматичним аспектом (збереження функції тексту-оригіналу) і стилістичним (збереження первинного стилю). Також в українському перекладі опущення може супроводжуватися об'єднанням декількох речень в одне.

Наступною особливістю та трудностю для перекладача є необхідність поміщати переклад в обмежену кількість рядків і знаків, що обумовлено міжнародними стандартами швидкості читання та відображення субтитрів на екрані. Стандартна кількість рядків на екрані – два. Більшу кількість рядків людина сприймати не спроможна в дуже обмежений період часу [7]. Відстань між репліками має бути мінімум 8 кадрів (приблизно третина секунди). Цей час «відпочинку ока», оскільки мигтіння фраз без проміжку утрудняє сприйняття. Колір субтитрів має бути білий або тьмяно-жовтий, з тонкою чорною окантовкою, оскільки по відношенню до кольорової картини білий колір сприймається краще всього. Шрифт має бути простим, не занадто жирним, букви не повинні зливатися. У субтитрах зазвичай використовується добре читаний шрифт Arial. Це основний шрифт у світовій практиці створення субтитрів. Також застосовують і інші шрифти, наприклад, Times new roman, Tahoma. Особливу трудноість представляє прив'язка зміни субтитрів до зміни планів в кадрі, що технологічно скорочує час і простір у перекладі.

Основним принципом субтитрування є ритм читання. Редукція об'єму субтитрів не носить механічний характер. Перекладач повинен задати для глядача ритм читання субтитрів, тобто поєднання об'єму текстової інформації, яка буде присутня на екрані впродовж усього часу показу відеоролика і швидкості.

Іншими варіантами перекладу відеоконтента є закадровий переклад і дубляж. Багато

хто плутає ці два поняття, які принципово різняться між собою. Закадровий переклад – це переклад відео- і аудіо роликів з мови оригіналу, під час якого поверх оригінальної звукової доріжки чутна мова акторів озвучування в перекладі. Процес закадрового перекладу здійснюється голосом одного або двох акторів, перекладача або кореспондента, що добре володіє іноземною мовою. При дубляжі відбувається повна заміна оригінальної мови на мову країни, в якій робитиметься трансляція цього матеріалу. Професійне дублювання припускає роботу цілої команди фахівців. Найважливішим завданням закадрового озвучування є максимально точна і правильна адаптація матеріалу для майбутнього глядача [8].

Особливістю закадрового перекладу є те, що перекладач відеоролика сприймає текст у письмовій формі, користуючись монтажними листами, проте в процесі перекодування він вимушений прибігати до стратегій усного перекладу, оскільки результатом його роботи є текст, який звучить. При цьому візуальний компонент відеотексту накладає певні обмеження у виборі перекладацьких стратегій. Особлива проблема закадрового перекладу фільму полягає в необхідності синхронізації звучання перекладеного тексту з оригінальним звуком і відеорядом. Дослідники аудіовізуального перекладу виділяють чотири типи синхронізації:

1) кінетична синхронізація – написане повідомлення, прочитане голосом, який забезпечує переклад, повинне відповідати рухам тіла, які з'являються на екрані;

2) синхронізація дії – голос, який забезпечує переклад, повинен відповідати дії, що відбувається на екрані [9];

3) голосова ізохронність – голос, який забезпечує переклад, повинен відповідати певному періоду часу, впродовж якого переклад може бути прочитаний;

4) буквальна синхронізація – оригінальний текст чутний під переведеною версією, яка зазвичай (не завжди) починається після прослуховування декількох секунд оригінальної версії і закінчується за декілька секунд до її закінчення. Використання кальки або буквальных перекладів є загальноприйнятою практикою для досягнення певної міри вірності [10].

Якість перекладу текстів відеоролика безпосередньо залежить від тієї стратегії, до якої прибігає перекладач у процесі створення перекладу. Під час перекладу за допомогою дубляжу мінусом є те, що якістю перекладу в більшості випадків доводиться жертвувати, оскільки



будь-яка підібрана перекладацька трансформація тексту відеоролика абсолютно непридатна для дублювання, оскільки не відповідає руху губ акторів в кадрі. Буває і так, що коротке іноземне слово вимагає в перекладі цілої фрази, або навпаки. Переклад синхронізується з мімікою акторів і артикуляцією (ліпсинг) [11].

**Висновки.** Підсумовуючи все вищесказане, можна зробити висновок про те, що лонгрід є досить складним об'єктом перекладу, оскільки включає декілька видів перекладу і, відповідно, різну перекладацьку техніку. Над роботою з перекладу лонгріда повинна працювати група фахівців, не лише перекладачів, але і фахівців із звукорежисури, монтажних робіт і, в деяких випадках, акторів. Переклад лонгріда є складною кропіткою роботою, що вимагає немало зусиль, часу і професіоналізму.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Олег Сединкин. Можно ли лонгриды считать будущим копирайтинга? Лонгриды и копирайтинг. URL: <http://lpdrive.ru/mozhno-li-longridy-schitat-budushhim-kop/>.
2. Влияние параллакса на SEO. URL: <https://e-planet.ru/company/blog/vlijanie-parallaksa-na-seo.html>.
3. Марина Войтович. Лонгрид о лонгридах. Длинная история, дочитанная до конца. URL: <https://texterra.ru/blog/longrid-o-longridakh.html>.
4. Публицистический стиль: черты и примеры. URL: <http://school-of-inspiration.ru/publicisticheskij-stil-cherty-i-primery>.
5. Контаминация различных фразеологизмов. URL: <http://www.textologia.ru/russkiy/stilistika/frazeologicheskaya/kontaminaciya-razlichnih-frazeologizmov/1007/?q=463&n=1007>.
6. Особенности перевода публицистических текстов. URL: <http://www.iterviam.ru/gum-nauk/translation/publicistika-perevod/>.
7. А. Козуляев. Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности. Обучение данному виду перевода. /Национальная лига переводчиков. URL: <http://www.russian-translators.ru/about/editorial/audiovizualnyeperevod/>.
8. Чем отличается закадровый перевод и дубляж фильма в студии звукозаписи. URL: <http://www.hendrixstudio.ru/blog/chem-otlichaetsya-zakadrovyyj-perevod-i-dublyazh-filma-v-studii-zvukozapisi/>.
9. Synchrony Types which have an effect on the translation in Voice-Over Transfer Mode. URL: [https://www.researchgate.net/publication/322901516\\_Synchrony\\_Types\\_which\\_have\\_an\\_effect\\_on\\_the\\_translation\\_in\\_Voice-Over\\_Transfer\\_Mode](https://www.researchgate.net/publication/322901516_Synchrony_Types_which_have_an_effect_on_the_translation_in_Voice-Over_Transfer_Mode).
10. Franko, Eliana. Voice-over translation: an overview / Eliana Franko, Anna Matamala & Pilar Orero. Includes bibliographical references. ISBN 978-3-0343-0393-4.
11. Клейменов А. А., Цыбина Т. А. К вопросу о дублированном переводе. URL: <https://www.scienceforum.ru/2015/1285/15423>.