

однозначного трактування тих чи інших понять визначило і назву міжнародних документів – трактат. Можна пригадати приклади різного трактування визначень (термінологічного мінування) при укладанні міждержавних угод між США та СРСР у сфері стратегічних озброєнь та протиракетної оборони, які обумовили претензії сторін до позицій розгортання радіолокаційних станцій чи чисельності та типів носіїв стратегічних ракет.

Якщо до недавнього часу переклад іноземних засобів масової інформації (ЗМІ) вважався засобом посередництва між державами для налагодження відносин та встановлення співробітництва, то сьогодні переклад трансформувався в ефективний інструментарій ведення інформаційного впливу.

Використовуючи потужності ЗМІ, міжнародні актори мають змогу вправно маніпулювати аудиторією для досягнення своїх політичних цілей через використання свідомо некоректного перекладу, тенденційного відбору джерел та статей (повідомлень), їх контенту, створення ілюзій стосовно значущості відібраних джерел тощо.

Велике значення має лінгвістична доступність цільової аудиторії чи навпаки, залежність її від перекладу на рідну мову, що характерно для населення України, Росії та інших країн бывшего СРСР відносно західних ЗМІ, що унеможлиблює роботу із оригінальним текстом. Також важливо мати потужні інформаційні ресурси, які спеціалізуються на перекладі іноземних ЗМІ та вибіркової публікації таких матеріалів мовою цільової аудиторії. Прикладом таких ресурсів є inosmi.ru, inopressa.ru, habr.com, russian.rt.com/inotv тощо, які, попри їх комерційну направленість, надають можливість Російській Федерації формувати належне сприйняття контенту іноземних ЗМІ російськомовної цільової аудиторії в багатьох країнах бывшего СРСР, в першу чергу свого населення та в Україні і Білорусі.

Це визначає актуальність створення власних інформаційних ресурсів, які спеціалізуються на перекладі та використанні контенту іноземних ЗМІ, а також оперативного моніторингу відповідного контенту аналогічних спеціалізованих ресурсів для російськомовної (україномовної) цільової аудиторії.

Науковий керівник: к.і.н. Супрунов Ю.М.

В. Г. Холоденко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ

У перекладацькій практиці помітне місце займає проблема перекладу неологізмів, тобто нових слів, що з'явилися в мові у зв'язку з розвитком громадського життя й виникненням нових понять. Уся пізнавальна діяльність людини фіксується насамперед у словах, назвах. Процес людського пізнання, досвід людини у зовнішньому світі – необмежені, тому кількість нових назв об'єктів реальної дійсності зростає неймовірно швидко.

Як відомо, слово здатне зберігати різноманітну інформацію. Зміст інформації кожної лексичної одиниці має два рівні. Перший рівень – понятійний. Це найважливіші, суттєві відомості про предмет, які є визначальними для його назви й називається лексичним поняттям. Другий рівень змісту слова – непонятійний, він містить у собі додаткові відомості про предмет. Така інформація віддзеркалює позамовні відомості й визначається як фонові, наприклад, «студент сільськогосподарського вишу» та „aggie” (*a student at an agricultural college or a university with an „agschool tradition”*). Під час зіставлення лексичних понять цих двох слів приходимо до висновку, що вони еквівалентні в англійській та українській мовах.

Особливістю неологізмів є те, що вони здебільшого не фіксуються словниками. Та й саме визначення неологізму є відносним, оскільки тимчасові утворення в мові дуже часто бувають ще й оказіональними. Беручи до уваги ці особливості, матеріал дослідження було перевірено на наявність у словниках. Виявилось, що лише 34 одиниці із 200 відібраних для аналізу були зафіксовані словником.

Аналіз неологізмів за семантичним критерієм дає підстави визначити, що серед виділених 13 семантичних груп найчисельнішою є група осіб, яким властива негативна соціальна конотація, наприклад, *loser*; *dropout*. Таких слів у картотеці експериментального матеріалу налічується 51, або 25,5%. Також чисельними є групи назв представників формальних та неформальних об'єднань (*animalist*, *Bircher*), яких налічується 35 (17,5%) та назв осіб, яким властива соціальна компетенція (*domo*, *honcho*) – 22 одиниці (11%).

Основною проблемою перекладу неологізмів є з'ясування значення нового слова. Дуже часто трапляється так, що нового слова немає не лише в англо-українському словнику, а й в англійському тлумачному. Найчастіше перекладач змушений з'ясувати значення неологізму з контексту. Відповідно до жанру тексту й значення неологізму буде іншим. Іноді також потрібно враховувати історію виникнення нового слова та асоціації, пов'язані з ним. І було б доцільніше, якби перекладач вів власний словник неологізмів.

Для з'ясування значення неологізму слід брати до уваги і його структуру, оскільки нові слова зазвичай створюються на основі вже існуючих слів [1, 29].

Спеціальних прийомів перекладу неологізмів не існує. Особливості кожного нового слова залежать від того, до якого типу слів воно належить, тобто чи є воно терміном, синонімом до існуючих слів, фразеологізмом тощо. З появою нового слова перекладачі спочатку дають кожен свій варіант перекладу, тому часто виникають непорозуміння, але згодом відбувається відбір і в мову входить лише один еквівалент.

Водночас вчені-лінгвісти пропонують кілька визначених способів перекладу неологізмів. Вони вважають, що найбільш розповсюдженим є спосіб підбору відповідного аналога в цільовій мові. Іншим способом є переклад шляхом транскрипції або транслітерації. Один із дослідників наводить такий приклад: *steel lobby* – *лоббі сталеварних компаній* і зазначає, що неможливо визнати вдалим переклад-тлумачення цього новоутворення, оскільки він буде занадто довгим і недоцільним: *група осіб (з числа колишніх конгресменів), які в кулуарах Конгресу намагаються здійснити вплив на членів Конгресу в інтересах власників сталеварних компаній* [2, 18]. Третім способом науковці називають метод калькування.

Отже, як видно, під час передачі неологізмів у перекладі використовуються, головним чином, ті самі методи, що є основними способами і в перекладі реалій та термінів.

На підставі аналізу теоретичного та фактичного досліджуваного матеріалу із зазначеної проблеми, зроблено наступні висновки:

Мова як суспільне явище виражає національно-специфічні та загальнолюдські особливості культури народу.

Найпоширенішими одиницями досліджень є неологізми семантичного поля «Людина».

Ступінь усвідомленості культурних розбіжностей та їхнє значення під час порівняння різних культур можна описати за допомогою схеми зображення взаємозалежності розумових та соціальних процесів у людському середовищі (поведінки, звичаїв, вірувань, цінностей, переконань та ін.).

Беручи до уваги цінності як найглибший аспект культури, ціннісну орієнтацію слід визначати як узагальнене поняття природи, місця людини у ній та її ставлення до навколишнього середовища.

Сучасні ціннісні орієнтації знаходять своє віддзеркалення у мовному контексті, в нашому випадку в неологізмах-американізмах, які визначають ставлення суспільства до певних людських типів. Факт значної кількості неологізмів із негативним значенням (25,5%), не свідчить про огрубіння нації, а лише віддзеркалює більшу кількість людських типів та поглядів, ніж це було у минулому.

Неологізми – назви осіб є свідчення відбиття у мові культурних орієнтації та цінностей. Наприклад, кількість назв осіб, що мають специфічні звички вживання наркотиків є досить незначною – 2,5%.

Радикальні зміни в суспільстві на рубежі останніх століть, а особливо XXI століття, зробили безпосередній вплив на семантичну трансформацію неологізмів або так званих неологізмів-американізмів. Активізація процесу розширення семантики мов виявляється в

процесі проникнення елементів однієї мови в іншу, з однієї сфери в іншу (детермінологізація, елімінація первинного значення тощо), в переході слів з екзотичної лексики в повсякденну. Тобто відбувається певний перехід реалій з однієї категорії в іншу.

Дев'ять засобів (транскрипція та транслітерація, гіперонімічний переклад, дескриптивна перифраза, калькування, комбінована реномінація, транспозиція на конотативному рівні, метод уподібнення, контекстуальне розтлумачення та віднайдення ситуативного відповідника) не є повним списком перекладу американізмів.

Кожен перекладач має сам оцінити, уважно вивчити та виділити свій власний «набір засобів перекладу», позаяк під час перекладу відбувається адаптація тексту до нового реципієнта, котра є причиною змін в інформації, що міститься у вихідному тексті.

Отже, основна складність перекладу неологізмів – це з'ясування значення нового слова. Власне переклад неологізму, значення якого вже відоме перекладачеві, завдання порівняно простіше й розв'язується воно шляхом використання різних способів перекладу, залежно від того до якого типу слів належить неологізм, що перекладається.

Якщо нове слово відсутнє в англо-українському словнику, то слід спробувати знайти його в англійському тлумачному словнику. У багатьох широко відомих словниках існують розділи «Нові слова» (New Words Section). При цьому рекомендується користуватися словниками найновіших видань. Слід мати на увазі, що найбільш оперативно готуються й видаються словники малого й середнього обсягу, хоча через обмеженість вони й не в змозі задовольнити потреб професіонала.

Значення нового слова доводиться з'ясовувати найчастіше з контексту.

Процес перекладу неологізмів з англійської мови на українську проходить у два етапи: 1) з'ясування значення неологізму (коли перекладач або звертається до останніх видань англійських тлумачних (енциклопедичних) словників, або з'ясовує значення нового слова, зважаючи на його структуру і контекст); 2) власне переклад (передача) засобами української мови, а саме: транскрипція, транслітерація, калькування, описовий переклад, функціональна заміна тощо.

Не зайвим буде й констатація-застереження стосовно того, що перекладачі часто просто не помічають авторські неологізми, приймаючи їх за невідомі їм загальноновживані слова або ті, що вживаються регіонально, й перекладають їх звичайною лексикою. Не рідко навіть сприймаючи нові слова, багато перекладачів не беруть на себе відповідальність зайнятися словотворенням і вдаються до менш вдалих описових еквівалентів.

Список використаної літератури:

1. Єнікєєва С. М. Системність і розвиток словотвору сучасної англійської мови / Єнікєєва С. М. – Запоріжжя : ЗНУ, 2006. – 73 с.
2. Цвиллинг М. Я. Переводные эквиваленты неологизмов в словаре и тексте / Цвиллинг М. Я. – М. : Правда, 1999. – 93 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Кикоть В. М.

К. О. Цимбал

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРОБЛЕМА ЕКВІВАЛЕНТНОСТІ ТА АДЕКВАТНОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НА МАТЕРІАЛІ БРИТАНСЬКОГО ТЕЛЕСЕРІАЛУ «SHERLOCK» ТА ЙОГО ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Переклад аудіовізуального твору завжди пов'язаний з певними труднощами лінгвістичного й технічного характеру, що безпосередньо впливає на ступінь еквівалентності та адекватності перекладу оригіналу. При перекладі аудіовізуального твору основною проблемою перекладача стає не тільки передача синтаксичної і семантичної структури тексту, а й передача його функціональних і прагматичних аспектів. При перекладі з однієї мови на іншу нерідко втрачаються важливі смислові відтінки, які відомі носіям мови оригіналу, але абсолютно незнайомі представникам мови перекладу. У цьому випадку можна вважати, що