

А. А. Меншикова

Тверской государственный университет, магистрант

Научный руководитель: д. филол. н. Е. Ю. Мягкова

ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК НЕОЛОГИЗМОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫМИ ИНТЕРНЕТ-СМИ

Любой язык постоянно претерпевает изменения в связи с экономическими, политическими и социальными процессами, явлениями природы, культурными событиями и так далее. Язык можно назвать «живым», ведь он является одной из тех сфер человеческой деятельности, которая первой реагирует на любые социальные, культурные или иные изменения.

Любой социальный процесс ведет к возникновению новых слов и выражений, а также терминов – неологизмов. Неологизм (от греч. *neos* – новый, *logos* – слово) – это новые слова и выражения, созданные для обозначения новых предметов или выражения новых понятий. К неологизмам относятся также заимствования [Иллюстрированный энциклопедический словарь URL]. Следовательно, неологизм – это изменчивое понятие, так как слово считается неологизмом до той поры, пока говорящие видят в нем новизну. Язык при этом не только впитывает в себя изменения как лингвистического, так и экстралингвистического характера, но и сам может их вызывать.

Многие лексические единицы, которые проникли в речь, обозначая новое явление или процесс, укореняются в ней и становятся частью словарного запаса языка. Значительный пласт лексического словаря русского языка составляют заимствования английской лексики, а зачастую английские неологизмы. Этот процесс стал тенденцией в развитии языка в настоящее время.

Средства массовой информации сегодня играют основную роль по освещению происходящих в мире событий: экономических, политических и социальных процессов, явлений природы, культурных событий и так далее. В распоряжении журналистов страницы печатных изданий, радио- и телеэфиры, пространство Интернет-порталов. Влияние СМИ не ограничивается формированием психологии людей или форсированием мировых событий. Все более значимым становится воздействие СМИ на развитие языка. Многие лексические единицы, которые проникли в речь с «легкой руки» масс-медиа укореняются в ней и становятся частью словарного запаса языка. Значительный пласт лексического словаря русскоязычных СМИ составляют заимствования английской лексики. Новомодные англицизмы проникают как в речь носителей языка, так и в лексический пласт словаря СМИ.

Рассмотрим явление неологизмов подробнее. Этот термин используется для обозначения следующих лексических единиц.

- *Лингвистические новообразования*, то есть это недавно созданные слова по словообразовательным моделям данного языка, обозначающие не существовавшее ранее понятие, предмет, явление и так далее. Например, *biocide* – «биологическая война».

- Собственно *неологизмы*, то есть недавно созданные синонимы к уже функционирующему в языке слову для обозначения того же понятия, но обладающие неким коннотативным оттенком (новый семантический, стилистический, эмоциональный оттенок) [Иванов 1994: 3].

Неологизмы, обладающие достаточным лингвистическим потенциалом, появляясь в языке, некоторое время функционируют на периферии языковой системы и затем постепенно входят в основной словарный пласт языка, являясь востребованными и незаменимыми. Но не все неологизмы прочно закрепляются в языке. Некоторые из них со временем теряют свою актуальность и выходят из употребления.

Процесс появления в языке новых слов небыстрый, и включает в себя несколько фаз. Новое слово проходит несколько стадий *социализации*, то есть принятия его в обществе, и *лексикализации*, то есть закрепления в языковой системе. Слово подхватывается так называемыми посредниками, которые распространяют его среди масс. Это, как правило, преподаватели университетов, школьные учителя, репортеры, работники средств массовой информации. Слово фиксируется в периодической печати. Следующая ступень социализации – это принятие слова широкими массами носителей языка. Далее идет процесс лексикализации – приобретение навыков адекватного употребления нового слова, то есть приобретение коммуникативно-прагматической компетенции носителями языка. В результате акта номинации создается единица, относящаяся к одному из типов единиц номинации (производному или сложному слову, словосочетанию) [Лопатин 2000: 87].

Отдельного внимания заслуживает перевод неологизмов как специфический аспект переводческой деятельности. В данной статье рассматривается интерпретация английских неологизмов на русский язык. Перевод любых новообразованных слов и выражений имеет свои трудности, так как ни один словарь не может фиксировать все неологизмы с той же скоростью, с какой они появляются и начинают функционировать в языке в современное время ускоренного прогресса. В таких случаях переводчику может помочь знание того, каким способом, из каких частей образовано слово. Но зачастую и этого бывает недостаточно, необходимы экстралингвистические знания, к примеру, знание того, в каком контексте используется тот или иной неологизм. Очередная трудность состоит в том, что не всегда общество, говорящее на языке перевода развивается в том

же темпе, как и общество, с языка которого ведется перевод. Это значит, что в языке перевода может отсутствовать эквивалент неологизма [Кириллова 2018: 3].

Работа с неологизмами требует от переводчика особых навыков и умений. Для уяснения значения неологизма необходимо:

- выяснить значение слова из контекста;
- обратиться к последнему изданию одного из англо-русских или русско-английских словарей и попытаться отыскать данное слово в разделе «Новые слова»;
- постараться выяснить значение нового слова, исходя из его структуры, то есть определить, образовано ли оно по существующей словообразовательной модели [Каде 2006: 69].

Перевод неологизмов подразумевает, что на языке перевода они должны быть переосмыслены или выражены путем объяснения. Если в переводящем языке нет прямого эквивалента неологизма, необходимо прибегнуть к описанию или передаче слова через его фонетическую и орфографическую форму.

Существует несколько способов перевода неологизмов:

- *Транскрипция* – в основе лежит фонетический принцип, то есть перевод происходит передачей русскими буквами звуков английского наименования. В данном способе учитывается подлинное звучание английского слова (например, *superman* – «супермен», *tribalism* – «трайбализм»);

- *Транслитерация* – в основе лежит графическая передача неологизма, то есть передача буквенного образа (например, «фиеста», «резюме», «брифинг», «лобби»);

- *Калькирование* – используется для передачи неологизма, когда в языке перевода отсутствует эквивалент переводимого слова, то есть происходит создание нового слова или выражения для обозначения соответствующего понятия на основе морфологических соотношений уже существующих в языке (например, *global village* – «всемирная деревня») [Алексеева 2001: 91];

- *Описательный перевод* – не всегда удобен как для переводчика, так как необходимо подбирать не всегда короткие описания явлению, так и для читателя/слушателя, так как ему требуется вникать в длинное описание незнакомого понятия. Но при отсутствии эквивалента переводимого понятия в языке, описание становится единственным способом перевода. Например, *piggybacking* – «получение незаконного доступа к компьютеру/терминалу для совершения преступных действий» [Локетт 1998: 25].

В процессе перевода неологизма происходит не только сопоставление языковых систем, но и сопоставление культур. Когда

переводимый текст переадресовывается иноязычному читателю, обладающему другим объемом фоновых знаний, необходимо адаптировать исходный текст, то есть внести некоторые поправки на социально-культурные, психологические и иные различия между получателями исходного текста и текста перевода.

В переводах текстов Интернет-СМИ можно заметить множество лексических трансформаций, таких как конкретизация, генерализация, а также модуляция или смысловое развитие.

Для анализа перевода неологизмов из англоязычных Интернет-СМИ нами были проанализированы онлайн-версии таких изданий как The Guardian, The Daily Mail, разнообразные статьи с сайта ИноСМИ.ру. Представим несколько довольно часто встречающихся в Интернет-СМИ неологизмов английского языка и их перевода в соответствующих русскоязычных статьях.

- **Phablet** (phone + tablet) – смартфон, экран которого больше, чем у телефона, но меньше, чем у планшета. Данный неологизм образован путем сложения двух основ. В одной из статей он упомянут в следующем контексте: *“It also revealed an update to its Galaxy Note model - a so-called `phablet` that is larger than most phones, but smaller than most tablets”* [BBC news]. В переведенной на русский язык статье данная фраза звучит как: «Компания GearVR также представила новый смартфон с возможностями планшета, имеющий изогнутый дисплей NoteEdge, имеющий больший размер, чем большинство телефонов, но меньший, чем у планшетов» [ИноСМИ]. В данном случае переводчик использовал описательный перевод, что соответствует оригинальной фразе, где также присутствует описание термина. Однако сам термин не был упомянут переводчиком. Тем не менее, слово *phablet* проникло в лексический пласт русского языка в силу удобства и звучности, и во многих статьях Интернет-СМИ используется уже в варианте *фаблет*. Таким образом, в конечном итоге неологизм был переведен способом транслитерации.

- **Romcom** (romantic comedy) – романтическая комедия. Данный неологизм образован путем усечения и словосложения. Один из контекстов употребления данного неологизма в Интернет-СМИ: *“Judd Apatow and girl writer Leslie Arfin stay in the slacky vein with the spiky non-romcom set in Los Angeles”* [Grd – The Guardian]. Перевод звучит как: «Джадд Апатоу и Лесли Арфин, писательница романов для девочек, продолжают неторопливую работу над этой дерзкой неромантической комедией, снимаемой в Лос Анджелесе» [ИноСМИ]. Переводчики использовали описательный способ перевода по причине отсутствия подобного «компактного» эквивалента выражения «романтическая комедия» в русском языке.

• **Startup** (start + up) – запуск нового проекта, новый бизнес. Неологизм образован путем словосложения двух основ, из которых и вытекает его значение. Один из контекстов его употребления в Интернет-СМИ следующий: “*According to Bloomberg Businessweek, Page has personally provided £70 million to two startups developing the technology*” [DM – The Daily Mail]. – «По данным делового журнала *Bloomberg Businessweek* Пейдж лично вложил 70 млн. фунтов стерлингов в два стартапа, нацеленных на разработку технологий» [ИноСМИ]. Данный неологизм был подхвачен российскими СМИ и переведен путем транскрипции.

• **Blairism** (Blair + ism) – термин, обозначающий политику английского премьер-министра Тони Блэра. Неологизм образован путем аффиксации. Употребляется при описании политики Тони Блэра, например в одном из заголовков Интернет-СМИ: “*Blairism – a legacy that must be buried*” [Socialist Appeal] – «Блэризм – наследие, которое нужно похоронить» [ИноСМИ]. В русскоязычную действительность термин вошел как блэризм, то есть при переводе был использован метод транскрипции.

• **Handset** (hand + set) – мобильные устройства, которые в современное время постоянно в руках человека. Неологизм образован путем словосложения. Один из контекстов его использования в Интернет-СМИ следующий: “*Deformity is a result of continuous tapping and grappling with handsets*” [DM]. – «Деформация является результатом непрерывного использования мобильных устройств» [ИноСМИ]. Переводчики использовали описательный перевод по причине отсутствия эквивалента данного выражения в русском языке.

• **Digital detox** – время, которое человек посвящает реальному, а не виртуальному миру, старается не пользоваться гаджетами, телефоном, компьютером. Неологизм образован путем словосложения. Один из контекстов употребления его в СМИ следующий: “*A new trend is developing now in the world where technology rules – digital detox*” [Grd]. – «По мере увеличения роли смартфонов и других гаджетов в нашей жизни, популярным стало течение *digital detox*, предусматривающее сознательный отказ от гаджетов и интернета» [BBC news. Русская служба]. Изначально переводчик решил применить неассимилированный перевод, но далее в других фрагментах этого текста переводчик употребляет термин «цифровой детокс». Таким образом, можно сказать, что итоговый перевод был произведен методом калькирования.

• **To selfinterrupt** (self + interrupt) – отвлекаться от работы с целью проверить почту, Твиттер, Фейсбук. Неологизм образован путем словосложения. Один из контекстов употребления его в СМИ следующий: “*Office workers selfinterrupt roughly every three minutes*” [ZDnet] –

«Офисные работники прерываются почти каждые три минуты с целью проверить почту или социальные сети» [ИноСМИ]. Переводчик использовал описательный перевод для передачи не существующего в русском языке выражения.

В результате изучения статей англоязычных источников и анализа перевода содержащихся в них неологизмов, был сделан вывод о том, что неологизмы в периодической печати выполняют экспрессивную функцию. Они обладают достаточно емким значением, но при этом имеют компактную форму. СМИ являются одним из основных ресурсов проникновения неологизмов в повседневную речь.

В российском Интернет-медиапространстве явно наблюдается тенденция использования неологизмов из английского языка, что говорит о том, что англицизмы на слуху и легко воспринимаются даже в английском написании, а это важно особенно для СМИ, так как это подтверждает их статус и достоверность предоставляемой информации.

Чаще всего при переводе англоязычных неологизмов переводчики используют описательный метод перевода, транскрипцию, реже - калькирование. Перевод неологизмов – это особая ветвь переводческой деятельности, так как представляет определенные сложности и возможность потери изначального значения слова. Но при адекватном переводе неологизмов сохраняется исходный контекст, а многие новые слова становятся общеупотребительными.

ЛИТЕРАТУРА

Алексеева И.С. Профессиональный тренинг переводчика: учеб. пособие. СПб.: Союз, 2001. 307 с.

Иванов А.Н. Английская неология // Сб. науч. трудов МГПИИЯ им. М. Тореца, 1994. Вып. 227. С.3–16.

Иллюстрированный энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. URL: http://www.rubricon.com/ies_1.asp (дата обращения 09.05.2020)

ИноСМИ.ру. [Электронный ресурс]. URL: <https://inosmi.ru/> (дата обращения 08.05.2020)

Каде О. Проблемы перевода в свете теории коммуникации // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике: Сборник статей. М.: Международные отношения, 2006. С.69–90.

Кириллова Е.Б. Неологизмы в современном английском языке и некоторые способы их перевода // Филологический аспект. 2018. №6 (38). С.7–11.

Лопатин В.В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования. М.: Наука, 2000. 152 с.

Локетт Б. Почему так? Знакомые английские слова в необычных выражениях. М., 1998. 207 с.

The Guardian [Электронный ресурс]. URL: <http://the-guardian.com/uk> (дата обращения 08.05.2020)

The Mail Online [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dailymail.co.uk/home/index.html> (дата обращения 08.05.2020).