



УДК 811.111'25'373.43'373.612.2:070

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ МЕТАФОР-НЕОЛОГІЗМІВ У ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНОЇ ПРЕСИ

Кузнєцова І.В., к. філол. н., доцент,
доцент кафедри теорії та практики перекладу
Запорізький національний технічний університет

Приходько Є.С., студентка V курсу
Запорізький національний технічний університет

Статтю присвячено особливостям перекладу англійських метафор-неологізмів у текстах англomовної преси українською мовою. З'ясовано основні способи перекладу: транскодування, калькування, описовий та роз'яснювальний приблизний переклади. Доведено, що адекватний переклад метафор-неологізмів вимагає врахування контексту їх використання.

Ключові слова: неологізм, метафора, способи перекладу, транскодування, калькування, описовий переклад, приблизний переклад.

Статья посвящена особенностям перевода английских метафор-неологизмов в текстах англоязычной прессы на украинский язык. Выяснены основные способы перевода: транскодирование, калькирование, описательный и примерный переводы. Доказано, что адекватный перевод метафорических неологизмов требует учета контекста их использования.

Ключевые слова: неологизм, метафора, способы перевода, транскодирование, калькирование, описательный перевод, приблизительный перевод.

Kuznietsova I.V., Prykhodko Ye.S. FEATURES OF TRANSITION OF METAFOR-NEOLOGISMS IN THE TEXTS OF ANGLOMAN PRESS

The article is devoted to the translation peculiarities of English metaphor-neologisms in the texts of the English-language press in the Ukrainian language. The basic methods of translation are found out: transcoding, calibration, descriptive and rough translation. It is proved that an adequate translation of metaphor-neologisms requires taking into account the context of their use.

Key words: neologism, metaphor, methods of translation, transcoding, calibration, descriptive translation, rough translation.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку лінгвістики та перекладознавства виникає інтерес до функціонування метафор у різноманітних галузях вживання та способів їх перекладу іншою мовою. Як відомо, посилення виразності мови досягається різними засобами, насамперед, використанням тропів – так званих лексичних засобів створення образності. Одним із найбільш поширених видів тропів є метафора, яка активно використовується в англomовних публіцистичних текстах. Завдяки метафорі такий текст стає виразнішим, з'являються нові висловлювання, нові прийоми та читач отримує чітку картину світу. Значна кількість метафор-неологізмів не має усталених міжмовних відповідників в українській мові та потребує подальшого визначення закономірностей їх перекладу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання про появу метафор-неологізмів у публіцистичних текстах, про

принципи їх творення, класифікації, функціонування завжди привертала увагу мовознавців. Найбільших успіхів у дослідженні проблем метафоричної номінації досягли такі лінгвісти: Н.Д. Арутюнова, Н.А. Купіна, І.М. Кобозєва, О.С. Кубрякова, Дж. Лакоф, В.М. Телія, Н.В. Черникова, О.В. Александрова, М. Джонсон та інші. Особливості публіцистичного стилю вивчали І.В. Арнольд, О.С. Кубрякова, В. Гумбольдт. Лексичні особливості перекладу публіцистичних текстів досліджували Т.В. Анісімова, О.В. Бакун, В.Л. Будаєв та інші. Стилiстичний аспект перекладу публіцистичних матеріалів розглядали у своїх працях Е. Бенвеніст, В.А. Чабаєнко, О.Е. Філімонова.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у визначенні сучасних тенденцій у галузі вивчення метафори та складності перекладу цього пласта лексики англійської мови українською.



Виклад основного матеріалу дослідження. Метафора – одна з найбільш сконденсованих специфічних форм художнього відображення об'єктивного світу шляхом застосування назви одного предмета до іншого, підкреслюючи важливу рису другого [9, с. 35]. Значення цього стилістичного прийому в художньому мовленні важко переоцінити. Завдяки метафорі образ може реалізувати себе і розширити смислове поле художнього тексту.

Водночас метафору можна розуміти як різновид вторинної лексичної номінації. Він передбачає створення значення зіставленням двох предметів за спільною ознакою, виникнення якої забезпечується єдністю всіх сторін діяльності людини, а звідси – єдністю процесів у його свідомості. Метафора є, таким чином, одним із засобів образного відображення дійсності [3, с. 47]. У ширшому значенні метафора (гр. *metafora* – «перенесення») – один із найбільш уживаних тропів, що характеризується перенесенням ознак, особливостей та характеристик з одного предмета, особи, явища на інші за принципом схожості [4, с. 150].

Метафора з часів античності привертала увагу філософів, психологів, лінгвістів. І упродовж останніх років відбувається підвищення інтересу до метафори – поняття, яке існує вже понад дві тисячі років. Вона є одним із засобів пізнання реальності, осягнення свідомості, реалізації мовного потенціалу шляхом трансформації сфер доменів: від конкретної до абстрактної, від матеріальної до духовної. Метафоризація є потужним засобом розвитку і збагачення семантики і функції слів. Вона активно впливає на утворення семантичних неологізмів. Як один із способів смислового розвитку вона полягає в тому, що лексична одиниця, позначаючи якесь нове поняття чи предмет – відкритий або винайдений («переносне», похідне значення), продовжує зберігати зв'язок зі старим предметом; при цьому обидва є порівняно схожими [10, с. 31]. Так, наприклад: “*bubble*” – розм. «*дуже підприємство, дута (шахрайська) компанія*» («булька» як символ чогось швидкоплинного, несерйозного або нереального, фіктивного); “*beef*” – розм. «*обвинувачення у кримінальному злочині*» («яловичина» як натяк на щось вагоме, серйозне з точки зору закону, можлива асоціація м'яса з вбивством, що суворо карається законом). Під метафоричних неологізмом П. Ньюмарк розуміє метафоричні неологізми, багато з яких «анонімні» і широко поширені

в мові оригіналу [11, с. 23]. До таких метафор належить “*tie-ups*” у значенні «*корисні фінансові зв'язки*».

Метафори використовуються та функціонують у різних мовних стилях, зокрема у публіцистичному, метафора гнучко відбиває когнітивні процеси, які відбуваються у суспільстві та літературі, більше рухається, не обтяжена необхідністю експлікації з тексту. Вони є одним із засобів (поруч з образною номінацією, фразеологічними одиницями) створення експресії, які є необхідною умовою для функціонування певного стилю мови та його засобів.

Публіцистичний стиль є невичерпним джерелом метафоричних неологізмів. В англійській пресі метафоричні неологізми найчастіше закріплюються у таких семантичних сферах: терміни і сленг лексики високих технологій, соціальна, економічна, політична і побутова лексика. Через стрімкий розвиток ІТ-технологій публікація статей цієї галузі збільшилась у рази. Мова англійської преси виступає мовою інформаційного спілкування. Одні і ті самі найменування дають позначення різним явищам у мові комп'ютерній та у просторіччі. В англійській та українській мовах метафоричні неологізми вказують, по-перше, на комп'ютер і його програмне забезпечення, а потім вже на людину-користувача і програміста: *shareware* – *випробувальна версія програми*, *bells and whistles* – *дорога модель комп'ютера* [1, с. 17]. Метафоричні неологізми докорінно закріпилися у англійських статтях на соціальну тему, які зв'язані з динамікою політичного життя суспільства. Наприклад: *harvesting strategy* – *бізнес, який дозволяє отримати витрати*; *go downmarket* – *перейти до виробництва більш дешевих товарів*; *homeshoring* – *політика компанії*; *large-cap* – *акції великої компанії*, *tover* – *компанія, чії акції купуються і продаються у великій кількості*. В результаті більш детального аналізу публіцистичних текстів політичної та економічної тематики стає зрозуміло, що політична метафора зустрічається у статтях, присвячених фінансовим питанням, що стосуються бізнесу та промисловості. Метою використання політичних метафор є вплив на громадську думку, настрої та інколи навіть заклик до дії. Політична метафора ніби формує політичну картину світу. Характерними особливостями політичної метафори є її іронічність, образність, яскравість та оригінальність. Вдало підібрана політична метафора влучає в ціль, вона ніколи

не залишає байдужими читачів. Наприклад: *rainbow coalition* – *райдужна коаліція*, слово *rainbow* вказує на суб'єктів дії, що позначає рух на об'єднання всіх меншин американського суспільства. Саме через це у когнітивній уяві реципієнта впливає сенс поняття *rainbow* у перекладі «*райдужний*». Тексти англомовної преси висувають антропоцентризм у світлі метафоричних новоутворень, тут антропоцентр покладено в основу домінуючого, означаючого слова: *seagull manager* – *менеджер, що налагоджує роботу (seagull, тобто «чайка»)*, виступає ознакою, характеристикою стилю управління, при якому менеджер, раптово налетівши на об'єкт, піднімає багато шуму, а потім так само раптово відлітає, залишивши після себе повний безлад, з яким мають розбиратися інші, наче наліт зграї «чайок»).

У системі англійських метафор знаходить відображення таке соціальне явище, як наплив іммігрантів, етнічні, соціальні та економічні суперечності: *glass ceiling* – «*дискримінація за етнічною, статевим і соціальним ознаками*»; *towelhead* – «*виходець з Центральної Азії, що носить тюрбан*». Але історично сформована загальнонаціональна толерантність, а також активна увага громадськості до етнічних проблем проявляються в тому, що кількість негативних номінацій вихідців з інших країн є мінімальним [8, с. 24].

Тексти англомовної преси на теми масової культури, спорту, навколишнього середовища також насичені метафоричними новоутвореннями. Наприклад: *dumb down* – окремо компоненти виразу *dumb down* мають значення «*дурний*» та «*опускати*», тобто «*спростити, зробити зрозумілим навіть для дурнів*», шляхом переосмислення та адаптації перекладу до контексту, стилю тексту та характеру комунікації доцільний такий переклад, як «*зниження освіченості та ерудиції в суспільстві*»); *culture jamming* (слово *jamming* несе в собі негативну оцінку дійсності і має переклад «*затискати*», тобто людей певної культури тримають у так званих «*лещатах*» і нав'язують певні думки та дії, звідси і когнітивний переклад «*руйнування нав'язливої масової культури*»).

У перекладі метафори концентруються і особливо чітко проявляються всі ті проблеми та задачі, які характерні для перекладу загалом, а також усіх його різновидів. На перекладача в такому разі покладається найскладніше та найвідповідальніше завдання – зробити все так, щоб читач міг максимально

наблизити себе до носія мови оригіналу та осягнути всю глибину смислу та асоціацій, закладених у певній фігурі. Перекладач може вважати свою ціль досягнутою лише в тому разі, коли читач перекладу не лише повністю усвідомлює необхідний смисл, але й відчуває весь емоційний ефект, адресований читачу оригіналу. Вибір способу перекладу метафор залежить від різних факторів, передусім від функції метафори в тексті, стилістичних міркувань, особливостей стилю тексту, а також мети перекладу.

Також базовою проблемою для перекладу метафор часто називають культурні відмінності, наприклад тому, що певні метафори викликають інші асоціації, або тому, що джерело метафор у соціокультурі громади вихідної мови не відіграє значної ролі.

Метафори передаються з урахуванням структурних характеристик (якою частиною мови виражена, проста чи поширена), семантичних відносин між образним і предметним планом (конкретне – абстрактне, істота – неістота тощо) та з урахуванням ступеня індивідуалізації [2, с. 253]. Дуже важливою для перекладознавства є оптимальна передача метафор під час відтворення мовно-образної картини світу, оцінку якої вони надають. Саме це стає завданням адекватного перекладу. Переклад метафор-неологізмів суттєво залежить від того, наскільки близькі одна до одної культурно-мовні традиції вихідної мови та як здійснюється переклад.

Цілком доречно буде зазначити, що немає єдиного правильного розподілу метафор за їх класифікацією, як і немає єдиного ряду способів їх перекладу. Вчені-лінгвісти «розбіглися» у думках щодо способів найменування перекладу метафор. Наприклад, Т.А. Казакова пропонує шість правил перекладу метафори [6, с. 34]:

1. *Повний переклад* використовують у тому разі, коли мова оригіналу і мова перекладу ототожнюють значення метафоричних одиниць, що підлягають перекладу. Наприклад: *sad blow* – *прикрій удар* – когнітивна метафора, в якій ознака предмета переноситься на ознаку явища; *By the time he brought my Old over I felt as if I was holding up a sack of lead.* – *Коли він підігнав мою стареньку, мені вже здавалося, що я тримаю мішок зі свинцем.* *My Old* – когнітивна метафора, в якій прикметник *old* «*старенька*» замінює іменник *car* «*автівка*».

2. *Додавання / опущення* використовується тоді, коли один і той самий образ у двох мовах



може мати різний ступінь експлікації (пояснення). Наприклад: *our task must be to build tomorrow today* – наше завдання має полягати в тому, щоб побудувати це завтра сьогодні (додавання). Когнітивна розгорнута метафора, вираз “*must be to build*” розширює межі свого значення, при перекладі розгортається сенс самого поняття за необхідністю додавання лексичних одиниць відповідно до норм мови перекладу; *at the bottom of her heart* – в її серці. Опущення іменника «*bottom* – основа», який є семантично зайвим і вживається в новому оточенні і вдруге вербалізує вже наявне поняття «*inside* – всередині», використання іменника “*bottom*” у перекладі становить собою порушення мовних норм.

3. *Заміна* використовується у разі несумісності понять мови оригіналу та мови перекладу. Наприклад: «*Producing electronics is a very fertile area of business*» – «*виробництво електроніки – дуже прибуткова сфера бізнесу*». Прикметник “*fertile*” має значення «*родючий*», для того щоб правильно передати фразу в перекладі, словникове значення прикметника “*fertile*” треба повністю змінити на «*прибутковий*». Нове значення зберігає позитивне смислове навантаження при перекладі, конкретизує поняття тим самим уможливорює адекватне сприйняття нового значення.

4. *Структурне перетворення* застосовується, коли не узгоджуються граматичні норми мови оригіналу та мови перекладу: *pull-aside* – неофіційна нарада, неофіційні збори (лідерів/ дипломатів). Окреме значення слів *pull* та *aside* є таким: «*тягнути* та *набік/осторонь*»; *bail-out* – фінансова допомога, взяття на поруки «*кредити на пільгових умовах компаніям, фірмам, іноземним країнам, які знаходяться на межі розвалу, банкрутства*». Окремо компоненти вислову *bail-out* мають наступний переклад – «*під заставу/обмежувати* та *гасити/виходити*». Інколи особливості сполучуваності слів в українській мові не дають змоги подавати дослівний переклад. Не завжди можна передати англійський іменник українським іменником, а прикметник – прикметником, тобто необхідно замінити частини мови. Таким чином, словосполучення *pull-aside* та *bail-out* набувають нових значень – «*неофіційна нарада*» та «*фінансова допомога*».

5. *Традиційне відповідність* вживається щодо метафор фольклорного, біблійного, античного походження, коли у вихідних мовах та мовах перекладу склалися різні

способи вираження метафоричного подібності. Наприклад: вирази *buy a pig in a poke* (купити «*порося*» в мішку) та *head to head, face to face* (голова до голови, обличчя до обличчя) не можна перекладати дослівно, оскільки це не відповідає духу української мови. Замінюючи одне явище або предмет, притаманне культурі вихідної мови, що є незрозумілим культурі мови реципієнта, перекладемо «*купити kota в мішку*» та «*віч-на-віч*».

6. *Паралельне іменування* метафоричної основи використовується, коли необхідно змінити структуру метафори, а зміст необхідно зберегти: *It was courage that made us such a successful political force, but our journey must understand where it went wrong.* – *Такою успішною політичною силою зробила нас мужність, проте ми маємо зрозуміти, де ми збилися зі шляху*. Метафора «*to go wrong*» є поширеною, тут згідно з міжмовними правилами треба структурно змінити метафору, а за характером інформації початковий образ треба зберегти. Так, поширений переклад «*ніти не так*» змінюється на «*збитися зі шляху*».

Варто враховувати небезпеку буквального перекладу метафори, в результаті якого може виникнути абсолютно чужий переклад мови образу. Тому в таких випадках правильніше вдатися до неметафоричного пояснення [5, с. 19–20]. Це свідчить про те, що «закон збереження метафори» – це, швидше, не закон, а якась тенденція, рекомендація для перекладачів, а не сувора догма.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, міжмовна оборотність стилістичних методів, зміна чи втрата образу – результат інтерпретації перекладацького сприйняття тексту. Перекладач має прагнути до збереження образності метафоричного виразу, однак не варто зловживати цим способом. Головне завдання перекладача – забезпечити адекватність перекладу, досягти прагматичних цілей автора.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Александрова О.В. Проблемы экспресивного синтаксису. М.: Вища школа, 1984. 93 с.
2. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. 6-е изд. М: Флинта: Наука, 2004. 384 с.
3. Вовк В.Н. Языковая метафора в художественной речи. Природа вторичной номинации. К.: Изд-во Наукова Думка, 1986. 144 с.
4. Вознюк Т. Лінгвостилістичні параметри метафори. Українознавство. 2010. № 2. С. 150–152.



5. Гальперин И.Г. Текст как объект лингвистического исследования. М: КомКнига, 2006. 144 с.
6. Казакова Т.А. Практические основы перевода. English-Ukrainian. М.: Издательство Союз, 2000. 320 с.
7. Левицкий А.Э. Явление функциональной переориентации языковых единиц. 1999. № 1. Том 2. 82 с.
8. Ортега-и-Гассет Х. Дві великі метафори. Теорія метафори. М.: Прогресс, 1990. 512 с.
9. Складарская Г.М. Метафора в системі мови. С.-П.: Наука, 1993. 150 с.
10. Янков А.В. Морфологічна структура і семантика соціально-політичних неологізмів в американському варіанті англійської мови. Респ. міжвідом. наук. зб. Серія «Іноз. філол». Львів, 1978. Вип. 52. 276 с.
11. Newmark P. Approaches to Translation. Oxford: Prentice Hall, 1981. 200 p.

УДК 811.11,37,373-119

ТЕРМІН «ТУРИЗМ» ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ПРОЦЕСІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Прима В.В., к. філол. н.,
доцент кафедри іноземної філології та перекладу
Київський національний торговельно-економічний університет

Шкорубська Ю.Є., викладач
кафедри іноземної філології та перекладу
Київський національний торговельно-економічний університет

Стаття присвячена розгляду основних аспектів дослідження англомовної туристичної термінології, зокрема функціонального. Розглянуто загальні характерні риси англомовних туристичних путівників та особливості функціонування в них туристичних термінів.

Ключові слова: термінологічне поле, термін, термінологія, путівник, глобалізація.

Статья посвящена рассмотрению основных аспектов исследования англоязычной туристической терминологии, в частности функционального. Рассмотрены общие характерные черты англоязычных путеводителей и особенности функционирования в них туристических терминов.

Ключевые слова: терминологическое поле, термин, терминология, путеводитель, глобализация.

Prima V.V., Shkorubska Yu.Ye. FUNCTIONING OF THE TERMINOLOGICAL FIELD "TOURISM" IN THE ENGLISH GUIDEBOOKS

The article outlines main aspects of study of the English tourism terminology, in particular, functional. General specific features of the English guides and peculiarities of tourism terms functioning in them have been viewed in the article. The aim of our work is to consider the functioning of the English tourism terminology in guidebooks to Ukraine. The researches based on the materials of these English-speaking guides online: World Travel Guide and Travel to Ukraine (the Official Travel Website and Guide to Ukraine). In linguistics a guidebook is considered a kind of tourist discourse genre. Characteristic features of tourist guides are a high degree of generalization, precision, information and impersonality. The main functions of guides are informative (presenting factual information) and advertising (creating a positive image of a specific tour is site that aims to interest potential tourist on his visit). These features influence the choice of vocabulary of travel guides. Several micro fields are presented in the English tourism terminology. They are organization of tourism, accommodation, transport, food, leisure time. Implementing promotional and informational functions as contributes to polycode nature of the guide – the presence of illustrations, on the one hand, renders factual information (various maps) on the other – helps to create a high positive image of a particular object (photo).

Key words: terminological field, term, terminology, guide book, globalization.

Постановка проблеми. Глобалізація світової економіки, динамічний розвиток економіки в 1990-х рр. – на початку ХХІ ст. вплинув і на розвиток туристичного сектора. Зростання попиту на туристичні послуги призвело до появи гострої конкуренції та поширення багатьох наднаціональних корпорацій

у туристичній торгівлі та готельній індустрії [1]. Розповсюджене використання найновітніших технологічних рішень поряд з іншими сучасними засобами транспорту, комп'ютерними системами бронювання та резервування готелів, продажем туристичних подорожей чи сучасних ліній обслуговування призвело