

СТРАТЕГИИ ПЕРЕДАЧИ НЕОЛОГИЗМОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕДИАТЕКСТОВ

Гаврилов В.Г.,

*магистрант ГОУ ВО МО «Государственный социально-гуманитарный университет»,
г. Коломна, Российская Федерация*

Научный руководитель – Степанова Н.Ю., канд. филол. наук, доцент

Ключевые слова. Медиатекст, неологизмы, средства массовой информации описательный перевод, эквивалент.

Keywords. Mediatext. neologisms, mass media, descriptive translation, equivalent.

Любой язык находится в состоянии постоянного развития, при этом наиболее изменяемым структурным элементом языка является его словарный запас. Как и социум, язык находится в постоянной динамике, поэтому его лексический состав непрерывно обогащается, активизируя процессы образования новых лексических единиц. Это обуславливается тем, что лексика поддается всем происходящим изменениям в области культуры, политики, экономики, техники. Появляющиеся новые слова в том или ином языке отражают степень развитости общества, а также действительность, которая формируется вокруг профессиональной и бытовой деятельности носителей языка. Ввиду этого тема появления новых слов в современном английском языке является достаточно популярной и важной к изучению.

Неологизмы образуются в медиатекстах, поскольку журналисты и авторы того или иного медиатекста стараются отобразить в своих публикациях происходящие изменения в обществе через задействование разных средств языка, в частности через формирование неологизмов, которые придают медиатексту эмоциональность, субъективность и вызывают определенную реакцию у читателей. В условиях глобализации большинство медиатекстов на разных языках переводятся для читателей из других стран. В связи с этим возникает вопрос, как наиболее эффективно осуществлять передачу особых лексических средств языка медиатекстов, например, неологизмов. Все вышесказанное указывает на то, что тема настоящего исследования является значимой и актуальной, так как позволяет глубже изучить процесс перевода и последующего функционирования неологизмов из одной языковой системы в другую.

Для перевода неологизмов с английского языка на русский язык могут быть использованы такие способы, как транскрипция и транслитерация, калькирование, добавление, опущение, эквивалент и компенсация, а также описательный перевод. Эти способы перевода были использованы в качестве основных при исследовании способов передачи неологизмов с английского языка на русский язык.

Целью настоящего исследования является проведение сравнительно-сопоставительного анализа способов передачи неологизмов при переводе современных англоязычных медиатекстов.

Материал и методы. Материалом исследования послужили массмедийные тексты англоязычных электронных СМИ, находящиеся в свободном доступе, таких как: «The Guardian», «The Spectator», «Harvard Business Review» и «The CSR Journal».

В качестве методов исследования использовались: анализ, синтез и обобщение теоретического и методологического материала, метод сплошной выборки, математические методы интерпретации статистических данных.

Результаты и их обсуждение. В рамках текущего исследования целесообразно рассмотреть конкретные примеры использования неологизмов в англоязычных журналах и онлайн-статьях.

Так, например, в журнале «Harvard Business Review» в статье «Exploring the Metaverse» был обнаружен неологизм в следующем предложении:

«A lot of IT companies have started to shift their attention towards the metaverse» [4].

Предложение передается на русский язык, как:

«Многие ИТ-компании начали переключать свое внимание в сторону метавселенной».

В представленном примере было обнаружено новое слово «metaverse», которое на русский язык передается за счет калькирования, как «метавселенная». Слово «metaverse» сформировано за счет сращения двух слов: «meta» и «universe».

Далее в том же журнале и статье было обнаружено следующее новое слово:

«Hybrid working has gained in popularity over the past two years and in some spheres has even become the new normal» [4].

Представленное предложение на русский язык передается следующим образом:

«Гибридный формат работы приобрел популярность за последние два года, а в некоторых сферах даже стал считаться новым стандартом».

Обнаруженный неологизм передается на русский язык за счет транслитерации и добавления. Добавление уточняющего слова «формат» необходимо для соответствия лексической системе принимающего языка.

В статье журнала “The Guardian”: “Atrocities and dirty jokes: Americans learn of Kissinger’s death through raunchy text chain” отмечается следующее использование неологизма:

«‘I’m doing what I can to keep this man’s legacy from being a master politician,’ says woman who wrote viral copypasta» [6].

Передача данного отрывка на русский язык осуществляется следующим образом:

«Я делаю все, что могу, чтобы наследие этого человека не превратилось в великого политика», – говорит женщина, написавшая вирусный копипаст».

Неологизм «copypasta» на русский язык передается транскрипцией как «копипаст». Сам неологизм сформирован за счет слияния двух англоязычных слов «copу» и «paste», что переводится дословно «копировать» и «вставлять».

В журнале “CRS” в самом названии статьи “Plogging – An Altruistic Fitness Trend” обнаружен неологизм «Plogging» [5]. На русский язык неологизм передается транскрипцией, как «плоггинг».

В журнале “The “Spectator” обнаружено следующее предложение с содержанием неологизма:

«Modern teenagers are subject to babybirdhands in Internet and in real life» [7].

На русский язык это предложение передается, как:

«Современные подростки подвержены максимальной осторожности при общении с кем-либо в интернете и в жизни».

В представленном примере используется такой неологизм, как «babybirdhands». На русском языке этот неологизм отражен за счет использования переводческого приема описательного перевода.

Всего было проанализировано 128 англоязычных неологизмов и их перевод на русский язык. Основными переводческими приемами стали: описательный перевод (30,47% случаев; 39 раз), эквивалент (26,56% случаев; 34 раза), калькирование (17,97% случаев; 23 раза), транскрипция (14,06% случаев; 18 раз) и транслитерация (10,94% случаев; 14 раз).

Заключение. На основе полученных данных можно сделать ряд выводов:

– наиболее распространенными переводческими приемами являются прием описательного перевода (использовался в 30,47% случаев перевода, то есть было переведено 39 неологизмов из общей выборки) и прием эквивалента (26,56% случаев перевода; 34 шт.). Объяснить эффективность данных приемов можно высокой динамикой обогащения языков и культурного обмена – появившийся неологизм практически сразу обретает известность в другом языке. При этом он ассимилируется либо в соответствии с культурными особенностями и появляется эквивалент, либо же за счет детального описания из-за отсутствия эквивалента на принимающем языке;

– прием калькирования использовался в 17,97% случаев, то есть им было передано 23 неологизма в представленной выборке. Как показывает практика, применение данного приема не позволяет в полной мере передать суть неологизма. Значение нового слова в таком случае становится понятным благодаря контексту;

– приемы транскрипции и транслитерации оказались наименее эффективны и использовались в 14,06%% (18 шт.) и 10,94% (14 шт.) случаев соответственно.

Таким образом, цель исследования достигнута, а обозначенные задачи решены.

1. Баранова, Ю.С. Медиатекст: границы понятия / Ю.С. Баранова // Евразийский Союз Ученых. – 2017. – №1. – С. 1–3.
2. Брыкина, С.В. Неологизм как объект лингвистического исследования / С.В. Брыкина, И.Д. Мартынова // Язык как основа современного межкультурного взаимодействия: Материалы VII Международной научно-практической конференции. – Пенза: Пензенский государственный технологический университет, 2021. – С. 12–16.
3. Добросклонская, Т.Г. Медиатекст: теория и методы изучения / Т.Г. Добросклонская // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2005. – №2. – С. 28–34.
4. Harvard Business Review // Exploring The Metaverse [Электронный ресурс]. – URL: <https://hbr.org/2022/07/exploring-the-metaverse> (accessed: 2.09.2024).
5. The CSR Journal // CSR: Plogging – An Altruistic Fitness Trend [Электронный ресурс]. – URL: <https://thecsrjournal.in/csr-plogging-an-altruistic-fitness-trend> (accessed: 02.09.2024).
6. The Guardian // Atrocities and dirty jokes: Americans learn of Kissinger's death through raunchy text chain [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2023/nov/30/henry-kissinger-death-copy-pasta-text-creator-interview> (accessed: 02.09.2024).
7. The Spectator // What if digital learning is a catastrophe? [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.spectator.co.uk/article/what-if-digital-learning-is-a-catastrophe/> (accessed: 03.09.2024).

СИСТЕМА ГЕРОЕВ В РОМАНЕ А.И. СОЛЖЕНИЦЫНА «В КРУГЕ ПЕРВОМ»

Горбачёва Т.П.,

студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Гладкова А.А., канд. филол. наук, доцент

Ключевые слова. Солженицын, роман, герой, конфликт, система, индивидуальность, общность.

Keywords. Solzhenitsyn, novel, hero, conflict, system, individuality, community.

Александр Исаевич Солженицын – русский писатель XX века, историк и философ, в 1955 году начинает работу над самым первым вариантом романа «В круге первом», который на тот момент носил название «Круг-96». Однако лишь в декабре 1978 года в парижском издательстве «YMCA-Press» в составе Собрания сочинений Александра Солженицына на русском языке публикуется окончательный вариант романа «В круге первом», состоящий из девяноста шести глав.

Целью статьи является рассмотрение особой системы персонажей в романе А.И. Солженицына «В круге первом».

Главная особенность романа «В круге первом» – отсутствие центрального персонажа, что является необычным для жанра романа. Обычно главный герой становится основой идеологического поля произведения, вокруг которого строится система персонажей. Солженицын отходит от этого подхода, отказываясь от выделения главного героя и уделяя внимание всем персонажам равномерно. В романе «В круге первом» каждый герой раскрывается в своем хронотопе, что создает конфликтное напряжение между разными идеологическими полями. Солженицын использует особый принцип повествования, в котором автор описывает внутренний мир, самооценки и восприятие событий персонажей, не выражая явно свою точку зрения.

Материал и методы. Основным материалом исследования послужил текст романа А.И. Солженицына «В круге первом». При проведении работы были использованы такие методы, как комплексный анализ художественного произведения, описательный метод.

Результаты и их обсуждение. В созданном Александром Солженицыным романе «В круге первом» герои представлены в необычном для литературы облике. Вместо отдельных индивидуальностей, автор воплощает идею коллективной героической силы.

Созвучно со своим знаменитым произведением «Один день Ивана Денисовича», где герой один против всей системы, Солженицын в этом рассказе показывает, что в единстве сила. Герои объединены общей целью – выживанием и протестом против зверств лагерной жизни. Вместе они преодолевают все трудности и преодолевают непреодолимое.