

## ПЕРЕВОД РЕАЛИЙ-НЕОЛОГИЗМОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ)

*Гутаренко А.С.,*

*студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь  
Научный руководитель – Шаколо А.В., канд. филол. наук, доцент*

Ключевые слова: реалии, неологизмы, перевод, способы перевода, СМИ.

Современный медиадискурс оперативно фиксирует любые изменения в общественной жизни, вводя в речевой оборот новые лексические единицы. В условиях активного развития технологий именно периодические издания становятся ключевым каналом распространения неологизмов, многие из которых аккумулируют в себе уникальные культурные смыслы. Задача переводчика, работающего с подобными единицами, осложняется необходимостью не просто подобрать формальное соответствие, но и корректно интерпретировать культурный компонент, заложенный в исходном слове. Цель данной работы – выявить и систематизировать основные переводческие приемы, используемые при передаче англоязычных реалий-неологизмов на русский язык (на примере газетных публикаций).

**Материал и методы.** Материалом для исследования послужили публикации в ведущих англоязычных СМИ, таких как The Guardian [1], The New York Times [2], а также материалы электронных версий журнала Time [3]. Отбор языковых единиц осуществлялся методом сплошной выборки из статей, освещающих актуальные общественные, технологические и культурные явления последних лет. В работе использовался анализ научной литературы по переводоведению и лингвокультурологии, а также описательно-сопоставительный метод, позволивший выявить способы передачи реалий-неологизмов средствами русского языка.

**Результаты и их обсуждение.** Прежде чем перейти к анализу, важно уточнить содержание ключевых понятий. Под «реалией» вслед за С. Влаховым и С. Флориным мы понимаем языковые единицы, обозначающие предметы или явления, характерные для материальной и духовной жизни одного народа и отсутствующие в культуре другого. Такая лексика всегда несет в себе отпечаток национального своеобразия и, как правило, не имеет готовых словарных соответствий в иных языках [4].

Термин «неологизм» имеет длительную историю: впервые он зафиксирован во французском языке в 1755 году, а к началу XIX века вошел в английский язык для обозначения новых слов и речевых инноваций. Этимологически слово восходит к древнегреческим основам «неос» (новый) и «логос» (слово). Принципиально важной представляется относительность данного понятия: статус неологизма сохраняется за словом лишь до тех пор, пока носители языка ощущают его новизну и необычность [5].

Синтез двух рассмотренных категорий позволяет выйти на понятие «реалия-неологизм» – лексической единицы, которая не только фиксирует недавно

возникшее явление действительности, но и маркирует его культурную специфику, оставаясь при этом чуждой для принимающей лингвокультуры.

В арсенале современного переводчика существует несколько базовых приемов работы с подобной лексикой: транскрипция, транслитерация, калькирование и описательный перевод. Транскрипция предполагает воспроизведение исходного слова с опорой на его звучание. Именно таким путем в русский язык вошли *establishment* ‘истэблишмент’ и *tribalism* ‘трайбализм’. К этой же категории можно отнести интернациональные заимствования: *a priori*, *alma mater*, *curriculum vitae*, *summit* [6, с. 241].

Транслитерация, в отличие от транскрипции, ориентируется на графическую форму слова. Данный прием активно применяется при передаче имен собственных (*Elliot* – Эллиот), географических наименований (*Salt Lake City* – Солт-Лэйк-Сити) и бытовых реалий. Показательно, что процесс заимствования носит двунаправленный характер: такие русские слова, как *perestrojka* и *draniki*, вошли в английский язык именно через транслитерацию, что наглядно демонстрирует взаимовлияние культур [6, с. 121].

В тех случаях, когда прямое заимствование затруднено или нежелательно, переводчики прибегают к калькированию – созданию нового слова или словосочетания по модели оригинала. Этот прием позволяет сохранить внутреннюю форму исходной единицы. Удачными примерами можно считать *global village* ‘всемирная деревня’, *trial balloon* ‘пробный шар’, *humanitarian intervention* ‘гуманитарная интервенция’. Выражение *conventional wisdom* закрепилось в русском языке как «общепринятое мнение», а идиома *to walk the talk* требует более свободной интерпретации, например: ‘слово не расходится с делом’ [6, с. 165].

Особого комментария заслуживает слово *icon*, получившее широкое распространение в современной журналистике. Когда в американской прессе встречается фраза *Madonna is a pop icon*, ее буквальный перевод ‘икона’ может вызвать у русского читателя неверные ассоциации, поскольку в отечественной культурной традиции данное понятие прочно связано с религиозной сферой. В английском же языке *icon* давно приобрело расширительное значение – ‘символическая фигура’, «знаковый персонаж».

Именно поэтому в материале журнала *Time* о закрытии сети универсамов *Woolworth* – *it seemed that another American icon was being swept aside* – переводчики обоснованно остановились на варианте «символ американского образа жизни», избежав нежелательных коннотаций [3].

Не меньший интерес представляют способы передачи идиоматических выражений. Фраза *been there, done that* при дословном переводе ‘был там, делал это’ звучит неестественно для русского уха. Гораздо точнее передает ее смысл аналог ‘на эти грабли мы уже наступали’, сохраняющий ироничную окраску и указывающий на повторение ошибки.

Проведенный анализ публикаций в англоязычных СМИ позволяет сделать вывод, что перевод реалий-неологизмов редко осуществляется каким-то одним методом. На начальном этапе появления новой реалии предпочтение обычно отдается описательному переводу либо транскрипции с

развернутым комментарием. По мере того как слово осваивается языком и становится более узнаваемым, возможно использование кальки или транслитерации без дополнительных пояснений.

**Заключение.** Таким образом, работа с реалиями-неологизмами представляет собой сложный межкультурный диалог. Переводчику необходимо не только перенести значение из одной языковой системы в другую, но и адаптировать текст с учетом фоновых знаний и культурного опыта русскоязычной аудитории. Итоговый успех перевода напрямую зависит от того, насколько точно специалист распознает культурный компонент значения и насколько адекватно способен передать его средствами родного языка.

1. The Guardian. – Text : electronic. – London, 1821 – . – URL: <https://www.theguardian.com> (date of access: 15.01.2026).

2. The New York Times. – Text : electronic. – New York, 1851 – . – URL: <https://www.nytimes.com> (date of access: 15.01.2026).

3. Time. – Text : electronic. – New York, 1923 – . – URL: <https://time.com> (date of access: 15.01.2026).

4. Влахов, С.И. Непереводимое в переводе / С.И. Влахов, С.П. Флорин. – М. : Издательство «Р. Валент», 2009. – 360 с.

5. Вендина, Т.И. Введение в языкознание : учеб. пособие для педагогических вузов / Т.И. Вендина. – М. : Высш. шк., 2003. – 288 с.

6. Петрова, Е.Е. Анализ и перевод некоторых английских неологизмов последних лет / Е.Е. Петрова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 8. – С. 123–125.

## **ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ОТЧЕТНОСТЬ: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ И ПЕРЕВОДОВЕДЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ**

*Дианова Е.И.,*

*студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь  
Научный руководитель – Василькова М.В., ст. преподаватель*

Ключевые слова: экономический дискурс, экономический прогноз, экономический отчет, перевод, переводческие трансформации.

В условиях глобализации и активного развития международных экономических связей возрастает значение качественного перевода экономических текстов, в частности, текстов прогнозирования и отчетности, публикуемых международными и отечественными финансовыми организациями. Экономический прогноз и отчет представляют собой ключевые жанры институционального экономического дискурса, обеспечивающие информирование, аналитическую оценку и поддержку управленческих решений. Их перевод требует не только знания терминологии, но и понимания прагматических и дискурсивных особенностей данных текстов.

*Актуальность* исследования обусловлена необходимостью комплексного анализа лингвистических характеристик экономических прогнозов и