
ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО, ПОРІВНЯЛЬНА ЛІНГВІСТИКА ТА МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ

УДК 811.112.2'367.623'37

АНГЛІЙСЬКІ КОЛЬОРОНАЗВИ – ФРАЗЕОЛОГІЗМИ ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ

Алейнова О.О.

В статье рассматривается проблематика перевода цветообозначений в художественном тексте. Внимание уделено фразеологизмам цветообозначений как особой лексико-семантической группе. Распределение цветовой лексики с точки зрения фразеологии.

Ключевые слова: цветообозначения, фразеология, классификация фразеологических единиц, способы перевода, семантика.

The article presents the problems concerning color words translation in the literary texts. Special attention is paid to phraseological units of color words as a special lexical-semantic group. The color words are divided according to phraseology.

Key words: color terms, phraseology, classification of phraseological units, means of translation, semantic.

Колірна лексика вже кілька десятиліть привертає увагу дослідників завдяки своєму семантичному багатству, різноманітності джерел походження. Філологічні дослідження колористики мають тривалу історію та представлені різними підходами, методами і завданнями. У центрі інтересу українських мовознавців – специфіка колірних лексем як особливої лексико-семантичної групи (О. Дзівак, І. Бабій), її аналіз здійснюється на матеріалі багатьох мов за такими напрямками, як зв'язок і взаємодія між концептуалізацією кольору носіями мови і розвитком словника кольороназв у мові (Б. Берлін, П. Кей, Т. Прістлі), колір у психолінгвістиці (О.П. Василевич, Р.М. Фрумкіна, А.А. Залєвська), структурний і семантичний аналіз кольоропозначень (далі – КП) (А.П. Кириченко, В.Ю. Франчук, Т.В. Пастушенко), історія виникнення та розвитку колірних лексем (М.І. Чикало, О.М. Дзівак), кольоропозначень у художньому мовленні (Д. Ален, Г. Бліс, А.П. Критенко, І. М. Бабій), стилістичні аспекти функціонування КП (А. Критенко) та ін. [3, с. 5]. Колірна лексика в зіставному аспекті – тема малодосліджена.

Ще менш вивченою є проблема перекладу колірних лексем, також недостатньо вивчено особливу роль КП у створенні словесних образів та їх функціонування як компонентів фразеологізмів. Розгляд мовних явищ цього типу дає змогу повніше зрозуміти способи розв'язання лінгвістичних проблем перекладу [3, с. 7].

Отже, попри такий широкий спектр досліджень з колористики, проблеми її перекладознавчого аналізу залишаються на периферії наукових пошуків.

Мета статті полягає в тому, щоб дослідити проблематику перекладу кольороназв-фразеологізмів, тому ми вважаємо за необхідне спочатку коротко розглянути поняття фразеологічного значення та класифікацію фразеологізмів з етимологічного погляду.

Фразеологія (від грец. *phrasis* – мовний зворот і *logos* – слово, учення) – це наука про фразеологічні одиниці (далі – ФО), тобто про стійкі поєднання слів з ускладненою семантикою, що не утворюються за структурно-семантичними моделями нестійких поєднань [7, с. 5]. Якщо виходити з етимології терміна, то фразеологія – це “наука про

фразу”, хоча найчастіше цей термін позначає не саму науку, а її матеріал. Термін “фразеологія” був уведений швейцарським ученим Ш. Баллі в значенні “розділ стилістики, що вивчає зв’язані сполучення”. Його ж вважають і основоположником теорії фразеології [7, с. 9]. Значний внесок у розробку теорії стійких сполучень зробив російський академік В.В. Виноградов.

У цій статті ми розглядаємо, у першу чергу, образність та конотативний аспект фразеологічних одиниць. Отже, розглянемо поняття ФО. На думку О.В. Куніна, фразеологічні одиниці – це стійкі сполучення лексем з повним або частково переосмисленим значенням [7, с. 160]. Вирішальним чинником закріплення ФО у мові є її образність, що відповідає одній з тенденцій розвитку мови – тенденції до експресивності [11, с. 293]. І до сьогодні вченими не вироблено єдиного принципу класифікації ФО.

Будь-яка одиниця має своє конкретне значення. Термін “фразеологічне значення” був запропонований у 1964 р. О.В. Куніним і В.Л. Архангельським, незалежно один від одного. Предметом обговорення серед дослідників фразеології є існування фразеологічного значення як лінгвістичної категорії. Згідно з теорією еквівалентності, ФО приписуються лексичні значення, оскільки вони нічим істотним не відрізняються від слова або принаймні мають значення, аналогічне лексичному значенню слова [8, с. 78–79]. Прихильники фразеологічного значення вважають, що визнання лексичного значення у фразеологізмів веде до повного ігнорування структури виразу [7, с. 307–309].

На думку В.П. Жукова, фразеологічне значення відрізняється від лексичного значення слова своєю рідністю відображення предметів, явищ, властивостей навколишньої дійсності, характером участі компонентів у формуванні цілісного значення фразеологізму [2, с. 52]. О.В. Кунін та В.Л. Архангельський під фразеологічним значенням розуміють інваріант інформації [7, с. 122].

На сьогодні прийнято виокремлювати таку важливу функцію фразеологічного значення, як конотативно-культурологічна. Її змістом, як вважає В.Н. Телія, є зумовленість, яка існує між образно-мотивованою формою мовних одиниць і культурно значущою асоціацією, що включена в неї [10, с. 233]. Виокремлення цієї функції пов’язано з розумінням ФО як народних стереотипів. В.Н. Телія зазначає, що фразеологізми виникають у національних мовах на основі такого образного бачення дійсності, яке відображає побутово-емпіричний, історичний або духовний досвід мовного колективу, який, безумовно, пов’язаний із його культурними традиціями, бо суб’єкт номінації і мо-

вної діяльності – це завжди суб’єкт національної культури [10, с. 13].

У цілому фразеологічне значення – феномен дуже складний, і зрозуміло, що його не можна розглядати як механічну суму компонентів. Семантичну структуру ФО можна подати як мікросистему, усі елементи якої перебувають у тісному зв’язку і взаємодіють між собою.

Для більшого розкриття сутності поняття ФО ми наводимо етимологічну класифікацію фразеологічних одиниць, оскільки в нашій роботі приділяється увага кольороназвам з погляду національно-культурного аспекту.

Джерела походження фразеологізмів у сучасній англійській мові дуже різноманітні. Всі фразеологізми можна умовно поділити на дві групи: власне англійські та запозичені. Запозичення, у свою чергу, поділяються на міжмовні і внутрішньомовні. Таким чином, можна виділити три групи ФО:

1) власне англійські ФО;

2) міжмовні запозичення, тобто ФО, запозичені з іноземних мов шляхом того чи іншого виду перекладу;

3) внутрішньомовні запозичення, тобто ФО, запозичені з американського чи інших варіантів англійської мови [7, с. 212].

Розглянемо кожен з них детальніше та наведемо приклади ФО, що містять колірний компонент.

1. Власне англійські фразеологічні одиниці. У своїй більшості фразеологізми англійської мови є одвічно англійськими зворотами, автори яких невідомі. Такі ФО пов’язані зі звичаями та традиціями англійського народу або з реаліями й історичними фактами. Наприклад, *blue stocking* (презир.) – “синя панчоха”. Зібранням “синіх панчох” був названий адміралом Боськовеном один із літературних салонів середини XVIII ст. в Лондоні, причиною цьому послужила поява в ньому відомого вченого Бенджаміна Спеллінгфліта в синіх панчохах [7, с. 213]. А зараз так прийнято називати жінку, що славиться сухою педантичністю, позбавлена жіночості.

Інша одиниця фразеології пов’язана з повір’ям: *A black sheep* – “паршива вівця”, ганьба сім’ї (за старим повір’ям вважалося, що чорна вівця була відзначена знаком диявола). Фразеологізм є частиною прислів’я *There is a black sheep in every flock*, що звучить як “У сім’ї не без виродка” [7, с. 214].

A / the thin red line – невелика група відважних людей, що захищали місцевість або принципи, не поступившись своїми позиціями. Цей фразеологізм було вперше використано у 1877 р. Б. Расселом. У ньому йдеться про британські війська в період кримської війни, які мали червону уніформу.

Біблія також є найважливішим літературним джерелом фразеологічних одиниць. “Кількість біблійних зворотів і виразів, що увійшли до англійської мови, така велика, що зібрати та перелічити їх було б дуже важко” [9, с. 110–111].

Біблійні ФО є повністю асимільованими запозиченнями. А *whited sepulcher* – повалена труна – дещо приємне на вигляд, але погане за змістом. У сучасній мові фразеологізм використовується в значенні “лицемір, лукава людина”.

Golden rule – “золоте правило”, мудре правило, що допомагає завжди і всім. У первинному варіанті цей вислів звучав так: “Як ви хочете, щоб вчиняли з вами, так і ви вчиняйте з ними”.

To worship the golden calf – поклонятися золотому теляті, тобто цінувати понад усе гроші, багатство [9, с. 116].

Фразеологізми біблійного походження досить часто не збігаються з їх біблійними прототипами. Це складне і невивчене питання вимагає особливо ретельного розгляду.

Зустрічаються також запозичення з творів Шекспіра та інших англійських авторів. “За кількістю фразеологізмів, що збагатили англійську мову, твори Шекспіра займають друге місце після Біблії. Кількість таких фразеологізмів налічує понад 100” [7, с. 217]. Такі ФО називаються шекспіризми. Приклад однієї з найвідоміших ФО узятий із трагедії “Отелло”: *green-eyed monster* (книжн.) – “чудовисько із зеленими очима”, – ревності. Інший приклад взятий із “Макбета”: *the sere and yellow leaf* – “дряхлість, старість, що настає” [9, с. 124].

У сучасній англійській мові до шекспірівських фразеологізмів можуть вноситися певні зміни. Прикладом такого випадку може служити ФО *Buy golden opinions* – “заслужити позитивну, втішну думку про себе, викликати захоплення або пошану”. Іноді замість дієслова *buy* вживається дієслово *win*. У сучасну мову ці ФО увійшли в результаті переосмислення їх метафоричного значення [7, с. 220].

Крім Шекспіра, багато інших геніальних письменників збагатили англійську мову і, зокрема, її фразеологію. Серед них Джефрі Чосер, Джон Мільтон, Джонатан Свіфт, Чарльз Діккенс, Вальтер Скотт та ін. Так, наступний фразеологізм уперше зустрічається в романі В. Скотта “Айвенго”: *Catch/ take smb red-handed* – застати когось на місці злочину.

2. Фразеологічні одиниці, запозичені з різних мов. Велика кількість англійських ФО пов’язана з античною історією та культурою. Недивно, що чимало них має інтернаціона-

льний характер і зустрічається в багатьох мовах.

Наприклад, до античної міфології належить фразеологізм *The golden age* – “золотий вік”. Цей вираз уперше зустрічаємо в грецького поета Гесіода в поемі “Труди та дні”. Автор описував століття Сатурна, коли люди жили, подібно до богів, без турбот, суперечок, воєн і важкої підневільної праці. У сучасній мові фразеологізм традиційно позначає період розквіту культури й мистецтва [7, с. 227].

Ряд виразів походить з байок Езопа та інших давньогрецьких байок або казок. Прикладом такого виразу слугує такий фразеологізм: *Kill goose that laid/ lays golden eggs* – “вбити курку, що несе золоті яйця” [7, с. 229]. Особливість цього фразеологізму на англійській мові полягає в дзвінко алітеруєчому звуці [g’] [9, с. 156].

Деякі фразеологізми вперше зустрічаються у творах давньоримських письменників. Вираз, який у Горація звучав як *augea mediocritas* (лат.), у сучасній англійській мові є фразеологізмом і звучить так: *golden mean* – “золота середина” [7, с. 230].

Досить значна кількість фразеологізмів, запозичена із французької мови. В англійську мову вони увійшли шляхом калькування вихідних виразів [7, с. 231].

Що стосується запозичень фразеологізмів із німецької мови, то їх кількість є досить обмеженою. Як приклад можна навести прислів’я, яке вперше зустрічається у Томаса Карлейла: *Speech is silvern, silence is golden* – “слово – срібло, мовчання – золото” [7, с. 233]. *To swear that black is white* – “доводити, що чорне є білим” [9, с. 157].

В англійській мові є всього декілька фразеологізмів, що прийшли з іспанської мови і культури: *blue blood* – “блакитна кров, аристократичне походження”. Блакитна кров – так говорили про людину дворянського походження. Спочатку так називали себе аристократичні сім’ї іспанської провінції Кастилії, які пишалися тим, що їх предки ніколи не вступали в змішані шлюби з маврами та іншими народами зі смаглявим відтінком шкіри. Уважають, що у виразі йдеться про те, що в людей зі світлим відтінком шкіри вени мають блакитний колір, чого не спостерігається у людей з смаглявою шкірою [7, с. 234]. Крім того, в англійській мові зустрічаються запозичення та з інших мов.

З наведених прикладів можна зробити висновок, що до складу фразеологізмів в основному входять терміни на позначення кольору більш давнього походження, тобто найменування для тих кольорів, які становлять групу з 11 базових відтінків спектра.

3. Фразеологічні одиниці американського походження

Багато ФО прийшли до Англії із США. Такі запозичення належать до внутрішньомовних. Деякі з таких фразеологізмів настільки асимільовані, що в англійських словниках не має зноски, яка б указувала на їх американське походження. А іноді взагалі не має потреби у внутрішньомовному перекладі англійської мови. До подібних “американізмів” можна зарахувати, наприклад, вираз *a / green light* – зелена вулиця, свобода дій; *paint town red* – вдаватися до веселощів, гуляти. У наведених вище, як і в багатьох інших фразеологізмах американського походження, немає суто американських слів. Отже, ці звороти можна легко сприйняти за споконвічно англійські. Їх американське походження встановлюється на підставі лексикографічних даних та аналізу джерел. Абсолютно природно, що до складу деяких інших ФО входять американські слова, наприклад: *a red cent* – “мідний гріш”.

Американські запозичення фразеологізмів, особливо сленгізми, відрізняються яскравою образністю та підвищеною експресивністю [7, с. 237–238].

Отже, фразеологічні одиниці мають різноманітні джерела походження, вивчення яких і формує екстралінгвістичні знання перекладача.

Неодноразово досвідчені перекладачі підкресливали, що носіям англійської мови притаманне дуже широке використання фразеологізмів у повсякденному мовленні, і це становить певні труднощі при перекладі. Ми вирішили також приділити увагу тим ФО, що містять колірний компонент. Фразеологічним одиницям із колірним компонентом властивий різний рівень умотивованості, прозорості внутрішньої форми і значущості колірного компонента. Образність, асоціативність, символізм кольорів у різних мовах, а також етнокультурний чинник впливають на відтворення їх конотативної семантики [3, с. 5].

Варто відзначити, що можливості досягнення повноцінного словникового перекладу ФО залежать переважно від співвідношень між одиницями вихідної мови (далі – ВМ) і мови перекладу (далі – МП). З погляду ідентичності або відповідності, яка розглядається нами, ФО можна поділити на три групи:

1) ФО має в МП точну, незалежну від контексту повноцінну відповідність;

2) ФО можна передати на МП тією чи іншою відповідністю; звичайно, з деякими відступами від повноцінного перекладу;

3) ФО не має в МП ні еквівалентів, ні аналогів.

Так, до першої групи будуть належати повні еквіваленти, тобто ФО, що мають одне значення, одне й те саме стилістичне забарвлення й однакову внутрішню форму [4, с. 57].

Наприклад, *black as coal (as ink, as night)* – чорний, як вугілля (як чорнила, як ніч); *black ingratitude* – чорна невдячність [6, с. 86–87]; *red as blood* – червоний, як кров; *Red Cross* – Червоний Хрест (медична служба, організована згідно з Женевською конвенцією 1864 р.); *like a red rag to a bull* – як червона ганчірка на бика; *blue blood* – блакитна кров; *yellow press* – жовта преса; *look at smth through rose-coloured glasses* – дивитися на що-небудь крізь рожеві окуляри; *green with envy* – позеленілий від заздрощів; *white flag* – білий прапор, прапор парламентаря (сигнал про капітуляцію), *white as snow* – білий, як сніг. У наведених вище прикладах йдеться, по суті, про повну та абсолютну еквівалентність на рівні фразеологічних порівнянь, що пов'язана зі схожістю колірних асоціативних компонентів у трьох мовах. Кількість таких безпосередніх відповістей в англійській, українській і російській мовах дуже обмежена.

До другої групи фразеологізмів належать неповні, або часткові, еквіваленти. Це такі ФО, які мають схожі значення, але різний характер образності внутрішньої форми [4, с. 58].

Paint a black picture – у чорному кольорі; *to be in a black book* – чорна книга / чорні списки; *yellow belly* – жовтороте пташеня; *golden opportunity* – блискача можливість; *kill goose that laid / lays golden eggs* – убити курку, яка несе золоті яйця; *grey cells / matter* – “сіра речовина”, мозок; *white lie* – невинна брехня, брехня заради порятунку; *put down in black and white* – написано чорним по білому [6, с. 86]; *neither fish nor red herring* – ні риба, ні м'ясо [9, с. 70]; *red as cherry* – червоний, як рак [6, с. 624]

Проте потрібно пам'ятати, що при використанні цього методу необхідно враховувати емоційно-експресивне забарвлення фразеологізму.

Можливість передавати ФО аналогами з образністю, яка абсолютно не має точок зіткнення у ВМ і МП, пояснюється переважно тим, що здебільшого це стерті або напівстерті метафори, які не сприймаються підсвідомо носієм мови.

Нарешті, до третьої (найчисленнішої) групи належать фразеологізми, що не мають еквівалентів. Для їх передачі на іншу мову використовуватимуться способи нефразеологічного перекладу. Нефразеологічний переклад, як показує сама назва, передає певну ФО за допомогою лексичних засобів МП [4, с. 59–60].

Такий переклад, ураховуючи навіть компенсаційні можливості контексту, важко назвати повноцінним: завжди є деякі втрати (образність, експресивність, конотації, афористичність, відтінки значень), що й примушує перекладачів вдаватися до нього тільки у разі крайньої потреби.

Розглянемо два приклади: з англ. *the grass is always greener on other side hill* можна перекласти майже дослівно, використавши калькування, і отримати цілком осмислене українське прислів'я: "Трава завжди зеленіша з іншого боку пагорба". Інший приклад *dark horse* – темний кінь; його хоча й можна перекласти дослівно, але частіше використовують саме описовий переклад – маловідома особа [9, с. 58]. *The pot calls the kettle black* – хто б казав, а ти б мовчав [9, с. 79]; *once in a blue moon* – годувати обіцянками; *to believe that the moon is made of green cheese* – вірити дурницям, бути довірливою людиною [9, с. 70]. Описовий переклад ФО зводиться по суті до перекладу не самого фразеологізму, а його тлумачення, як це часто буває взагалі з одиницями, що не мають еквівалентів в МП. Це можуть бути пояснення, порівняння, описи, тлумачення – усі засоби, що передають у максимально чіткій або зрозумілій короткій формі зміст ФО, все з тим же незмінним прагненням до фразеологізації та до конотативного значення.

A black eye – "синяк під оком";

Be in the black – "бути в прибутку" [6, с. 86];

Be in the red – "бути в збитку", "бути у боргах" [6, с. 624];

Be in pink – "виглядати здоровим" [6, с. 582];

Have a yellow streak – "бути боязкою людиною";

	Переклад фразеологічної одиниці	Переклад вільного словосполучення
<i>Red tape</i>	бюрократична тяганина	червона стрічка
<i>Black bird</i>	дрозд	чорний птах
<i>Green house</i>	теплиця	зелений дім

Треба також бути обережним з варіацією словоформи одного з членів фразеологізму, що може вплинути на все значення ФО. Наприклад, *white horse* – *white horses*. Перше означає "боягузтво", а друге – "баранці на морі" [1, с. 97].

Таким чином, для того, щоб відтворити в перекладі ФО з колірним компонентом перекладачі використовують повні або часткові фразеологічні еквіваленти, метод калькування або описового перекладу, вдаючись інколи до історичного коментарю. Колірний компонент зберігається, якщо у МП існує фразеологічний еквівалент. Ми знаходимо фразеологічний еквівалент у першій групі

Blue chips – акції компанії, що виплачує високі дивіденди;

Be in white – бути в люті [9, с. 74].

Іноді можна таким чином "обіграти" безеквівалентний фразеологізм, коли при перекладі доводиться вдаватися не тільки до кальки, а й до короткого історичного коментарю. Такий прийом перекладу називається подвійним або паралельним. Наприклад, при згадці про власність, що потребує значних витрат для догляду, але не дає ніякої користі, англійці використовують вираз *white elephant*. Легенда ж свідчить, що король Сіаму дарував своїм ворогам, яких хотів розорити, слонів, адже в Індії та на Цейлоні слон вважався священною твариною, яку не можна було використовувати для роботи. Крім того, догляд за ним дуже дорого обходився його власникам. Отже, із цього прикладу можна зробити висновок, що для перекладача важливими є не тільки знання мови, але не менш важливим є фонові, екстралінгвістичні знання.

У наступному прикладі в МП з'являється кольороназва (ВМ – українська, МП – англійська), переклад відтворено не вільним словосполученням, а ФО мови перекладу, за рахунок цього була збережена конотативна, емоційна та оцінна значущість фразеологізму "напиватися до бісиків".

"Люди не їдять, а запихаються, не п'ють, а напиваються до бісиків".

People don't eat – they glut themselves with food; they don't drink, but drink till their blue.

Крім того, варто зазначити, що при перекладі фразеологізмів треба приділяти особливу увагу контексту, бо одні й ті самі словосполучення можуть бути як вільними словосполученнями, так і фразеологізмами. Наприклад:

ФО з кольоропозначення, і це пов'язано зі схожістю кольірних асоціативних компонентів в ВМ та МП. У другій групі кольороназви ФО мають повний або частковий компонент кольору. Отже, для перекладача становить труднощі саме третя група ФО, найчастіше в МП ми не знаходимо колір, він опускається та еквівалентність досягається за рахунок інших чинників.

Ми проаналізували також засоби перекладу фразеологічних одиниць на позначення кольору та дійшли висновку, що збереження кольору при перекладі наявне лише тоді, коли є фразеологічний еквівалент у мові перекладу. В інших випадках значення

денотативних компонентів КН оригіналу опускається, але функціонально важливий конотативний зміст передається завдяки іншим засобам.

Література

1. Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии / Н.Н. Амосова. – Л. : Издательство Ленинградского университета, 1963. – 208 с.
2. Жуков В.П. Семантика фразеологических оборотов / В.П. Жуков. – М. : Просвещение, 1978. – 160 с.
3. Ковальська І.В. Колористика як перекладознавча проблема (на матеріалі українських і англійських художніх творів) : автореф. дис. ... д-ра філол. наук / І.В. Ковальська ; Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2001. – 20 с.
4. Комиссаров В.Н. Пособие по переводу с английского на русский / В.Н. Комиссаров, Я.И. Рецкер, В.И. Тархов. – М. : Высшая школа, 1965. – 287 с.
5. Коралова А.А. Характер образности фразеологических единиц / А.А. Коралова // Сб. МГПИИЯ им. М. Тереза. – М., 1978. – Вып. 131. – С. 77 – 90.
6. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь / А.В. Кунин. – М. : Высшая школа, 1984. – 942 с.
7. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка / А.В. Кунин. – М. : Высшая школа, 1996. – 381 с.
8. Молотков А.И. Основы фразеологии русского языка / А.И. Молотков. – Л. : Наука, 1977. – 283 с.
9. Смит Л.П. Фразеология английского языка / Л.П. Смит ; [пер. с англ. А.Р. Игнатъева]. – М. : Учпедгиз, 1959. – 208 с.
10. Телия В.Н. Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты В.Н. Телия. – М. : Школа языка русской культуры, 1996. – 285 с.
11. Шмелев Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики / Д.Н. Шмелев. – М. : Наука, 1973. – 300 с.

ПРОБЛЕМА ПЕРЕКЛАДУ МОДНИХ АНГЛІЙСЬКИХ СЛІВ

Васеха В.П., Партико З.В.

Статья посвящена проблеме перевода модных слов и их значений, не зафиксированных словарями.

Ключевые слова: модные слова, молодежный жаргон, клише, тенденция

The article highlights the role of vogue words and their meanings that are not included in dictionaries.

Key words: Vogue words, youth jargon, cliché, tendency

Мінливі уявлення про правильне й ефективне використання сучасної мови, інколи доведені до абсурду, можна назвати словом "мода". Мода є граничним виявленням смаку, більш індивідуальним, недостатньо тривалим, таким, що впадає в очі, викликає роздратування у старшої, консервативної частини суспільства (В.Г. Костомаров) [1].

Мовленнєва мода та її вплив на мову – тема невичерпна. Модні слова, "слівця", вирази, фрази відіграють величезну роль у розвитку кожної мови, можливо, не меншу, ніж необхідність давати імена новим явищам життя. Не можна погодитись з точкою зору, що мовленнєва мода – явище суто паразитарне, ефемерне, що модні слова зникають, не залишаючи сліду або перероджуються в стерті кліше. У всіх цих "обвинуваченнях" є крихта істини, але людина, яка хоче зрозуміти мову і суспільство, не може дозволити собі ними обмежуватися. Що ж до перекладача, то він має стежити за модою у всіх мовах, з якими працює.

Модні слова – це специфічний і пізнавальний шар лексики, що містить слова, як власні, так і іншомовні, але стилістично обмежені, які відрізняються незвичністю звучання та семантики, високою частотою використання, тобто такі, що перебувають у фокусі загостреної мовленнєвої уваги сучасної людини.

Дані тлумачних словників і відповідний мовленнєвий матеріал дали змогу сформулювати набір параметрів модного слова, який приписує йому цей статус і дає можливість певною мірою уникнути елемента суб'єктивності в оцінці такого. До них належать: новизна, частота й активність використання слова, тобто масовість; демонстративність, тобто екзотична форма демонстрації свого Я, та ігровий момент, який провокує пошук чогось незвичного, яскравого, того, що запам'ятовується (незвичність звучання, значення тощо) [1].

Метою пропонованого дослідження є вивчення своєрідності перекладу модних слів сучасної англійської мови не тільки як спе-