

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-

цифічного, але й природного, часто необхідного компонента сучасного мовлення, який досі не зафіксований у відповідних словниках і відображає певний етап у розвитку мови.

У словниковому складі кожної мови постійно відбуваються зміни, серед яких можна виділити три основні тенденції:

1) старі слова набувають нового значення;

2) на базі запозиченої лексики виникають нові слова;

3) наукова термінологія, вузькоспеціальна лексика та лексика зниженого стилю (сленг, жаргонізми) активно переміщуються з периферії у сферу загальноживаної мови.

Такі оновлення призводять до того, що деякі слова або їх значення не відображені в словниках. Укладачі словників просто не встигають реєструвати зміни, що відбуваються в лексичному складі мови.

Перекладачі відчувають цю проблему найбільше, оскільки вони мають знати еквіваленти для слів, "проігнорованих" словниками. Адже відсутність слова в словнику не виправдовує нездатність його перекласти.

Зважаючи на неосяжність теми, обмежимося короткими коментарями та декількома ілюстративними прикладами.

Been there, done that – модний враз, який означає те саме, що й наше *на ці граблі ми (ви) вже наступали*; зустрічається в мові колишнього держсекретаря США Мадлен Олбрайт [7].

Conventional wisdom – цей вираз нічого спільного з початковим значенням слова "мудрість" не має. Це популярне словосполучення вживається для вираження загальноприйнятної думки, яка піддається сумніву тим, хто говорить.

Conventional wisdom has it that it is impossible to combine successful motherhood with a successful career, but there are many examples which prove this wrong. – *Більшість людей вважає, що неможливо суміщати успішну кар'єру і батьківство, але існує багато прикладів, які свідчать протилежне* [2].

Executive – в ієрархії бізнесу це слово означає керівну ланку, що стоїть вище, ніж *manager*. По суті воно близьке до українського словосполучення "відповідальний співробітник / робітник / керівництво / керівна ланка". У банках *executives* та *managers* називають *officers* (на відміну від *staff* – звичайних співробітників). *An executive-class car* – автомобіль вищого класу, *an executive session* – закрите засідання. *An executive decision* – це рішення, всю відповідальність якого керівник бере на себе. *An executive decision was made to evacuate embassy staff.* – *Керівництво прийняло відповідальне*

рішення про евакуацію співробітників посольства.

Слово *forward-looking* стало модним останнім часом. Його значення досить розмите: щось середнє між *прогресивний, перспективний* та *цікавий, серйозний*.

Geek – спочатку слово *geek* було англійським діалектним *geck* зі значенням "дурень, придурок". Зараз *geeks* – це люди, які знаходять спільну мову з комп'ютером швидше, ніж з людьми, або студенти, які, на думку своїх однокурсників, приділяють навчанню надто багато часу, надто старанні. Як правило, *geek* і *nerd* перекладають однаково: *зануда, дивак*, навіть *ботанік* [2]. Останнім часом трапляється *знавець*, особливо коли мова йде про знання комп'ютера, *комп'ютерний геній*. Чудовим прикладом є стаття з журналу *Smithsonian* "Geek to me" (How I Learned to Stop Fretting and Love a Computer Nerd) [9] *I knew he was a computer programmer, a self-proclaimed geek.*

Gender – рід. Слово *gender* вживається зараз дуже часто: *gender differences* (різниця між статями), *gender-based difficulties* (проблемні статі), *gender issues* (питання, пов'язані зі статтю). Дивно, але багато людей бояться слова *sex* (стать), незважаючи на те, що це слово традиційно використовується в дискусіях про різницю між чоловіками та жінками. Але все частіше в англійській мові слово *sex* означає "секс" і нічого більше. Слово *gender* походить від французького *genre* (сорт, вид) і спочатку означало граматичний рід, який зі статтю не має нічого спільного. У 1960-х рр. у Великій Британії слово *gender* почало означати соціально-детерміновані ролі чоловіка та жінки, незалежні від статевої належності. У 1980-х рр. слово *gender* стало модним і ця різниця втратилася. Навіть звичайні анкети тепер мають графу *Gender F/M* (Стать Ч/Ж). Різниця, особливо в політичних поглядах, між чоловіками та жінками позначається як *the gender gap*.

Get a life! – недавно цей вираз було вжито в несподіваному контексті – кросворді в газеті *New York Times*. Там він має значення – *a 90's catch phrase*. Зазвичай цей вираз (у наказовому способі) адресовано юним гультям: *Get a life!* Означає приблизно "Візьмись за розум!", або "Не проспи життя!", або "Займись ділом!" Зараз цей вираз вживають відносно кожного, хто марнує своє життя.

Ground zero – епіцентр. Цей вираз з'явився в середині ХХ ст. і став сумно відомим на початку ХХ ст. Вираз *ground zero*, було використано в газеті *New York Times* в 1946 р. для описання руйнувань в епіцентрі атомного вибуху. Коли було зруйновано дві башти Всесвітнього торгового центру 11 вересня 2001 р., та велика територія, що за-

лишилася на місці страшної катастрофи, почала офіційно називатися *Ground Zero*. Ця назва, мабуть, надовго залишиться в ментальності нью-йоркців і пам'яті людей у всьому світі [2].

Loft – *горище*. В американців *loft* – це верхній поверх торгових, промислових приміщень або складу. В англійців – горище, де зберігаються непотрібні речі. Давньоанглійське *loft* означало “повітря” і “небо”. Крім того, це слово вживається в значенні “верхня кімната”. *Don't throw that computer away! Stick it in the loft. It might become a valuable antique in fifty years or so. – Не викидай цей комп'ютер! Залиш його на горищі. Років через 50 він стане цінним предметом антикваріату.* Британські ріелтери за прикладом своїх американських колег називають порожні верхні поверхи колишніх фабричних будівель *lofts* – *лофти*. Зараз *лофт* – форма помешкання, переробленого під житло і творчу майстерню з складського чи фабричного приміщення.

Logistics – *логістика* – сукупність всіх методів і способів ефективного управління товарними потоками із забезпеченням найменших витрат. Слово *Logistic* з'явилося в XVII ст. від грецького слова *logos* (“слово”, “мудрість”) і означало “логічний”. Потім його стали вживати для назви одного з розділів математичної логіки. У XIX ст. у Франції слово *logistique* означало забезпечення армії постом, їжею, обмундируванням. Це слово було запозичене американцями під час громадянської війни XIX ст. У Великій Британії його стали вживати лише з 1993 р., коли різноманітні армійські частини, що займалися транспортуванням і забезпеченням військ, були об'єднані в *The Royal Logistic Corps* (Королівський корпус постачання). З того часу це слово вживається, коли йдеться про організацію переміщення людей і їх майна з одного пункту в інший з найбільшою ефективністю. *My family is scattered all over the world. Getting us all round the same table on Christmas Day is a major problem in logistics. – Члени моєї родини розкидані по всьому світі. Зібрати всіх нас за одним столом на Різдво – це серйозна організаційна проблема.*

Слово *no-brainer* з молодіжного жаргону перейшло в повсякденну мову багатьох американців (аналогічні приклади – слова *cool*, *weird*, до яких коментарі не потрібні). Значення цього слівця просте – еквівалент нашого також “молодіжного” це *й їжаку зрозуміло, коли йдеться* про щось дуже просте, очевидне. *He'll get elected – it's a no-brainer. Він виграє вибори – це й їжаку зрозуміло* [3].

Oxymoron – для більшості з нас напівзабутий термін із стилістики (оксюморон –

стилістичний прийом, створений поєднанням антонімічних за значенням слів, наприклад *cruel kindness*). Для освічених англійців і американців *oxymoron* – це внутрішньо суперечливий вираз чи явище. *The radical center is an oxymoron only if you believe that the left and right still define all the worthwhile ideas and policies* (New Yorker). – Концепція “радикального центру” внутрішньо суперечлива лише в очах тих, хто вважає, що всі ідеї та політичні напрями, як і раніше, зводяться до “лівих” і “правих”.

Relate to – фраза *I don't relate to it* може означати майже що завгодно, наприклад: “Мені це нецікаво”, або “Я цього не розумію”, або навіть “Я з цим не згоден”. Вона то входить в моду, то виходить з неї.

Reality check – з мови *yuppies* (заможних молодих людей ліберальних професій) цей вираз перекочував до лексики різноманітних верств суспільства. *Mrs. Albright... said she aimed to provide both Israelis and Palestinians with a reality check* (International Herald Tribune). – *Олбрайт заявила, що збирається нагадати як ізраїльтянам, так і палестинцям про деякі реальності.*

Synergy – згідно зі словниками, це слово має стосунок або до медичинської термінології (*синергія*), або до розряду книжних слів. У сучасній англійській мові трапляється дуже часто в значенні *поєднання сил, явищ, тенденцій, які взаємно підсилюють одна одну*, або просто “будь-яке поєднання”, як у цьому прикладі з журналу New Yorker: *I don't think that these synergies would work. I wonder whether a writer would want to spend his time managing his business rather than writing.*

Vision – новомодне слово.

Коли американці хочуть сказати щось у високому стилі, вони вживають слово *vision* і найкращим варіантом перекладу може бути *філософія*. Згадаємо вислів президента Джорджа Буша під час однієї з президентських кампаній *I don't like the vision thing*. Людина прагматичного складу, Буш, здається, був роздратований чимось високопарним – *Не люблю я всю цю філософію.*

Часто *vision* – *мрія/уявлення про майбутнє*. Українське слово *бачення* тут не завжди доречне. *Visionary* – найближче до українського *мрійник, філософ-мрійник* [7, с. 141]. *He has visions of marrying into the family and starting an empire – Він спить і бачить, якби оженився на ній, вийти в сім'ю й створити імперію.*

To walk the talk – цей вираз раптом став модною фразою, яка виражає думку про те, що слово не повинно розходитися з ділом. *Lazard is a group of important people giving important people advice. Doubtless Kohatyn counted himself among the former, and he did walk the talk* (Fortune).

-wise – також, як і -ism, належить до модних суфіксів. За його допомогою створюються які завгодно слова – *policy-wise, talent-wise, credibility-wise* і т. д. Усі вони без особливих труднощів розуміються та перекладаються за допомогою словосполучень з точки зору, в аспекті.

Мова перебуває в постійному русі, її еволюція тісно пов'язана з історією і культурою народу. Кожне нове покоління вносить щось нове не лише в суспільний устрій, у філософське й естетичне осмислення дійсності, але й у способи вираження цього осмислення засобами мови. І, перш за все, такими засобами виявляються нові слова, нові значення слів, нові оцінки того значення, яке міститься у відомих словах.

Мовна мода в цілому (а не окремі мовні моди в окремі періоди) охоплює все суспільство. Це означає, що її не можна вважати належністю ні еліти, ні окремих соціальних класів і прошарків, демографічних груп тощо. Усі вони так чи інакше беруть у ній участь, хоч форми участі і міра їх активності, зрозуміло, неоднакові. Тому мовна мода реалізується, перш за все, в загальному своєму тлумаченні як лінгвокультурної категорії, яка корелює з мовним смаком суспільства, впливає на розвиток мови й визначає напрям його динаміки. Тож мовна мода – це сукупність запрограмованих екстралінгвістичними факторами захоплення якимись мовними зразками, що виявляються в екстравагантності вибору, відбору наявних мовних засобів і створенні нових.

Мовна мода регулює поведінку індивідів і груп, які становлять лінгвокультурну систему, і сприяє адаптації до змінюваних умов соціального середовища. Названа загальна функція мовної моди реалізується через посередництво ряду часткових функцій: функція створення та підтримки одноманітності й різноманітності в лінгвокультурних зразках; інноваційна функція – одна з основних і найбільш очевидних функцій мовної моди; комунікативна функція.

Мода служить засобом взаємодії індивідів, соціальних груп і спільнот. Модна комунікація, зокрема, полягає в поширенні мовних стандартів. Разом з цими стандартами відбувається передача певних цінностей мовної моди: внутрішніх (сучасності, універсальності, гри та демонстративності) і зовнішніх, які стоять за ними й виражають глибокі потреби різних спільнот, соціальних груп та індивідів.

Модні мовні інновації – це результат різноманітних способів їх утворення: актуалізація власної традиції у відповідній лінгвокультурі (переосмислення іншостильової лексики), запозичення з інших лінгвокультур, неологізми, які не так часто трапляються в мов-

ній моді. Будучи ефективним і значущим компонентом у комунікативному процесі і наповнюючи певним змістом мовний смак суспільства, інновації самі відчують на собі вплив суперницьких лінгвокультурних зразків, сучасних технологій, які породжують різні інновації. Тому значення та функціональне навантаження мовних інновацій у суспільстві є великими, вони наче ілюструють, закріплюють у свідомості учасника те, що в моді, те, що відповідає сьогоденню.

Поняття “нормативне/ненормативне”, “модне / немодне” часто сприймаються неподільно, і відсоток стихійності й суб'єктивності в оцінці й переоцінці слововживання досить високий. Таким чином, своєрідність перекладу залежить від типологічних властивостей “модного слова”.

І на завершення проста порада перекладачам: не захоплюйтесь модними словами та фразами (так само, як і жаргонними та іншими фразеологічними виразами). Не вживайте їх до того часу, поки у вас не буде впевненості, що ви їх повністю “відчули”. Інакше можна осоромитися, переплутавши значення, пов'язані зі словом асоціації або допустивши зовсім непотрібну вам іронію. За модою треба, звичайно, стежити, бути “всеозброєним”, але говорити іноземною мовою, як і рідною, треба точно і ясно.

Література

1. Бічай Ю.В. “Модні” слова в сучасній російській мові (на матеріалах тлумачних словників і мовленнєвої практики масмедіа кінця ХХ – початку ХХІ ст. : автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.02 / Ю.В. Бічай ; Дніпропетр. нац. ун-т. – Д., 2003. – 20 с.
2. Брайен Локетт. “За строкой словаря...” / Локетт Брайен // Иностранные языки в школе. – 2006. – № 3. – С. 86.
3. Буряк А.Л. Дополнение к русско-английским словарям / А.Л. Буряк, М. Берди, В.С. Елистратов. – М. : Астрель : АСТ, 2003. – 96 с.
4. Виссон Л. Синхронный перевод с русского на английский / Л. Виссон. – М. : Р. Валент, 2002. – 272 с.
5. Голденков М.А. Осторожно, Hot dogs! Современный активный английский / М.А. Голденков. – [3-е изд., испр. и доп.]. – СПб. : КАРО, 2003. – 272 с.
6. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдения над речевой практикой масс-медиа / В.Г. Костомаров. – [3-е изд., испр. и доп.]. – СПб. : Златоуст, 1999.
7. Палажченко П. Все познается в сравнении или несистематический словарь / П. Палажченко. – М., 2001 с.
8. Longman Dictionary of Contemporary English\ The Living dictionary 2003.
9. Thmithsonian, September, 2005. – P. 120.