

do praktyki". (29.03.2013-31.3.2013). – Sopot, 2013. – (t. 3/2). – S. 6. **7. Dubovyk O.** Ostroz'ki polihrafisty. Rakurs-Rivne. – 21.02.2013 (<http://www.rakurs.rovno.ua/info.php?id=14838>). **8. Shevchenko V.M.** Slovnyk-dovidnyk z relihiyevnavstva. – Kyiv: Nauk. dumka, 2004. – S. 226. **9. Gofman Je.T.A.** Zhitejskie vozzrenija Kota Murra. Per. s nem. – Minsk, 1989. – S. 17. **10. Jeko U.** Majatnik Fuko. Per. s ital. – St. Pet., 2006. **11. Petrovich N.T., Curikov V.M.** Put' k izobreneniju. — Moscow, 1986. – S. 130-133.

Поступила (received) 17.06.2013.

УДК 811.111'25

Н.М. АКОП'ЯНЦ, викл., НТУ «ХП»;

В.І. ПОЛТАВСЬКИЙ, студент, НТУ «ХП»

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ЛЕКСИКИ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ

У статті розкриваються особливості перекладу суспільно-політичної лексики з англійської мови на українську. В роботі досліджуються основні прийоми, які використовуються в газетно-інформаційних матеріалах та офіційно-діловому стилі. Особлива увага приділяється визначенню специфіки лексичних трансформацій при перекладі текстів суспільно-політичної тематики. Показано, що порушення фразеологічного поєднання потребують відповідного ефективного рішення завдання від перекладача.

Ключові слова: суспільно-політична лексика, лакуни, офіційний та неофіційний стиль, переклад.

Вступ. Актуальність даної статті полягає у тому, що в сучасних умовах переклад суспільно-політичних текстів набуває особливого значення, виступаючи як засіб пропаганди і знаряддя ідеологічної боротьби. Обсяг видаваних щорічно суспільно-політичних текстів, орієнтованих на іншомовну аудиторію достатньо великий і, у міру зростання міжнародних зв'язків, продовжує збільшуватися. Щорічно також зростає кількість та якість виступів державних, партійних і громадських діячів; публікацій міжнародних, урядових та громадських організацій. Предметом дослідження виступають особливості перекладу текстів публіцистичного стилю, які відносяться до суспільно-політичної тематики.

Мета даної статті, присвяченої проблемам суспільно-політичного перекладу, полягає в тому, щоб дослідити лексико-граматичні аспекти перекладу, передати особливості перекладу неологізмів, фразеологічних одиниць і безеквівалентної лексики, а також розкрити найбільш вживані стилістичні засоби в офіційно-ділових документах і суспільно-політичних

© Н.М. Акоп'янц, В.І. Полтавський, 2014

текстах, показати методи і засоби передачі інформації, до яких перекладач вдається в суспільно-політичному тексті.

Основні результати дослідження. Переклад тексту з однієї мови на іншу є структурованою системою лексичних та граматичних канонів, що вимагає від перекладача, окрім використання встановлених загальноприйнятих мовних кліше, також і творчого осмисленого пошуку відповідників для безеквівалентних одиниць, лексичних лакун. Переклад суспільно-політичної лексики з англійської мови на українську потребує від науковців розуміння основних прийомів, які використовуються в текстах суспільно-політичної тематики.

Для професійного оволодіння майстерністю перекладу суспільно-політичних текстів потрібно чітко розуміти, які особливості накладає жанрова приналежність матеріалу на характер діяльності перекладача. Тексти суспільно-політичного характеру тяжіють до двох протилежних дискурсивних векторів: з одного боку, використовуються стандартизовані мовні кліше для підтримання образів-архетипів у свідомості цільової аудиторії (як, наприклад, «America the Beautiful»), з іншого боку, переклад має носити експресивний характер, що відрізняє його від суто формального стилю, оскільки метою суспільно-політичного дискурсу є переконання або заклик читача до дій. Звідси проміжний статус суспільно-політичного дискурсу щодо офіційного та неофіційного характеру передачі інформації.

В англійській пресі суспільно-політичного спрямування виокремлюють такі експресивні прийоми: рекламна лексика, сленг, прислів'я, метафора, метонімія, епітет, парафраз, порушення фразеологічного поєднання, синонімічні пари, порівняння, гіперболи, евфемізми, анонімна побудова тексту, слова і фрази, особливо популярні в наш час, порушення фразеологічного поєднання [9, с. 21-25]. Всі ці прийоми потребують адекватного перекладу з вихідного англійського джерела на українську мову.

Рекламна лексика все частіше проникає в політичну сферу. Так, В. Н. Крупнов наводить приклад, коли популярний вираз «to sell an idea», який буквально означає «продати ідею», насправді має перекладатися «переконати у привабливості чого-небудь», звідси «selling a candidate» – це рекламування кандидата, а не «продаж кандидата» [9, с. 21-22].

Широкого використання набуває метонімія як прийом вираження об'єкта через його частину. Г. Мірам і О. Гон наводять наступні приклади: «The Crown» означає «король, королева, королівський двір», а «Downing street» означає «уряд Великобританії» [10, с. 46]. Так само як і Buckingham Palace уособлює короля або королеву Великобританії, а Wall Street символізує весь американський фінансовий світ, банкову систему, що треба брати до уваги під час перекладу. Серед широкого спектру використання топонімічних метонімії можна виділити Washington, D.C, що

інколи перекладається як уряд США, Hollywood, що є центром кінематографії, а тому може перекладатися при відповідному контексті як кіноіндустрія США, а також місто Detroit можна перекласти як автомобільні компанії США, оскільки саме в цьому місті локалізовані виробники всесвітньовідомих брендів машин.

З метою підсилення загальних експресивних властивостей дискурсу в суспільно-політичних текстах досить часто використовується метафоризація. Так, говорячи про значення кожної з країн у боротьбі супроти тероризму, колишній міністр оборони США Дональд Рамсфілд метафрично називає їх «all links in a chain» – «все це ланки одного ланцюга», що з меншою експресивністю можна перекласти описовим способом, як «усі країни виконують свою частину роботи у боротьбі з міжнародним тероризмом». Вираз «I am tomorrow» використовується для політичних обіцянок, які ніколи не будуть виконані. Етимологія цього виразу пов'язана з книжкою Льюїса Керолла «Аліса у Задзеркаллі» (1871). За сюжетом у чарівному світі Задзеркалля головній героїні Алісі Біла Королева обіцяє багато джему завтра і вчора, але тільки не сьогодні. Дана метафора влучно зображує політичні обіцянки, які ніколи не справдяться.

Серед політичних метафор можна виділити наступні варіанти їх перекладу: currency famine (валютний голод), king's ransom (велика сума грошей, великий куш), stool pigeon (підсадна качка (про людину); інформатор), empty suit (неважлива людина, на яку не слід витратити час), black book (чорний список), red carpet (прийом на високому рівні), blue-collar worker (робочий клас, робітник середнього або нижчого класу), rotten apple (погана, ненадійна людина), fat cat (грошовий мішок), social butterfly (світська людина), blind alley (глухий кут у справі), raw deal (нечесні переговори), loan shark (лихвар), monkey business (дурниці), bare necessities (елементарна потреба), glass ceiling («скляна стеля» – перешкода для просування по службі у вищих ешелонах управління), money scarcity (грошовий голод), fast track (швидке просування по службі, швидкий кар'єрний успіх), hatched man (людина, що відсторонена від політичної діяльності), open sesame (шлях, що веде до успіху), vexed question (спірне (дискусійне) питання), prime mover (душа якоїсь справи, лідер), slush fund (фонд, гроші на підкуп), top banana (начальник), easy money (гроші зароблені без великих зусиль та часто нелегально), forlorn hope (безнадійне підприємство), unsung hero (неоспіваний герой), landslide victory (перемога на виборах переважаючою більшістю голосів). З розглянутих прикладів видно, що більшість метафор перекладається описовим способом.

Існують також політичні метафори, які потребують від перекладача додаткових культурологічних та історичних знань. Так, iron curtain («Залізна Завіса») означає період інформаційної та політичної ізолюва-

ності капіталістичних і радянських країн один від одного. The New Deal не перекладається як «нова справа», а перекладається як «Новий Курс», оскільки це традиційно прийнята у перекладацькій науці назва для заходів із запровадження централізованого планування і стимулювання економіки США, які здійснювались адміністрацією президента США Франкліна Рузвельта задля подолання Великої депресії в період між 1933 і 1940 рр.

Стрімкий розвиток політичного життя породив виникнення низки політичних неологізмів, що з точки зору перекладознавства являє собою лексичні лакуни, оскільки не має місткого відповідника в українській мові, наприклад: *deather* – «людина, яка вважає, що американська реформа охорони здоров'я призведе до зростання смертності, особливо серед людей похилого віку», *corporocracy* – «суспільство, в якому корпорації мають значну економічну і політичну владу», *vote mob* – «огранізований через соціальні мережі натовп людей, з метою заохотити молодь голосувати на наступних виборах», *zombie lie* – хибне твердження, яке постійно повторюють, не зважаючи на те, як часто його спростовували, *trouble shooter* – людина, що уповноважена залагоджувати конфлікти, *dark horse* – «темна конячка, тобто кандидат, несподівано висунутий на якусь посаду в розпалі передвиборчої кампанії», *to take a walk* – «голосувати за кандидата іншої партії», *favorite son* – «кандидат, що висувається в президенти делегацією свого штату (на передвиборному з'їзді партії)».

В суспільно-політичній пресі також широкого розповсюдження набув сленг. Так, наприклад, загальноприйнятий вираз «pork barrel», який прийшов з американського сленгу, дослівно означає «бочка з салом», насправді повинен перекладатися як популяристичні заходи політичних діячів, що проводяться для завоювання прихильності електорату.

Для суспільно-політичних виступів також характерним є такий стилістичний прийом як порівняння: «Well, we simply have to work the problem just like we work the problem as firefighters» – «Ми просто повинні вирішити проблему так само, як це роблять пожежники». Особливу увагу потрібно приділити перекладу гіперболізованих лексичних одиниць. Так, у своїй промові Джордж Вокер Буш заявляє: «This year, we gather in this chamber deeply aware of decisive days that lie ahead. You and I serve our country in a time of great consequence» («Цього року ми зібралися в цій палаті глибоко свідомі того, що попереду вирішальні дні. Ви і я служимо нашій країні в часи великих наслідків»), «We will work for a prosperity that is broadly shared, and we will answer every danger and every enemy that threatens the American people» («Ми будемо працювати на добробут для всіх і кожного і ми дамо відсіч кожній небезпеці і кожному ворогу, який погрожуватиме американському народу»).

Значне місце в суспільно-політичному дискурсі відведено анонімній побудові тексту, щоб приховати джерела інформації, узагальнити суспільну думку: «some people believe that...», «critics feel that ...», «it's widely recognized that...», «the experts say that...», «the prevailing opinion is that...», «it has been reported...», «the word was that ...», «somebody's reporting today...».

Спрямованість на широку аудиторію зумовлює евфемістичний характер висловлювань виступаючих, що потребує відповідної передачі змісту під час перекладу. Так, Дональд Рамсфільд на запитання Ларі Кінга про його наміри щодо політики оборони держави дипломатично відповідає: «I'm not going to discuss it. It's a subject that's being internally discussed inside the United States government, and people who are saying that are talking about private meetings with the president, and I don't think it's of particular service. I'll give my advice to the president» – «Я не хочу це обговорювати. Ця тема обговорювалася в уряді США і ті, хто говорять про це, говорять про приватну бесіду з президентом, я не думаю, що цим вони роблять йому добре. Я висловлю свою думку президенту».

Висновки. Таким чином, цілий комплекс художньо-стилістичних засобів в суспільно політичній тематиці становить професійний виклик для перекладача. Такі художні прийоми як рекламна лексика, сленг, прислів'я, метафора, метонімія, епітет, парафраз, порушення фразеологічного поєднання, синонімічні пари, порівняння, гіперболи, евфемізми, анонімна побудова тексту, слова і фрази, особливо популярні в даний момент, порушення фразеологічного поєднання потребують відповідного ефективного рішення завдання від перекладача.

Список літератури: 1. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад. На матеріалі англomовних перекладів української прози – Львів: Видавництво при Львівському державному університеті. 1989. – 216 с. 2. Чередниченко О.І. Міжкультурні аспекти перекладу // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: КНУ ім. Т. Шевченка, 2001. – 485 с. 3. Гнатюк Н.Г. Ономастичні реалії в міжкультурному аспекті перекладу англomовних текстів // Проблеми семантики слова, речення та тексту. Збірник наукових праць / Відп. ред. Н.М. Корбозерова. – 2003 – Вип. 9. 4. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. – М.: Высшая школа, 1986. – 416 с. 5. Комиссаров В.Н., Рецкер Я.І., Тархов В.І. Пособие по переводу с английского языка на русский. – М.: Изд-во. лит. на иностр. яз., 1960. – 175 с. 6. Крупнов В.Н. Пособие по социально-политической и официально-деловой лексике. – М.: Высшая школа, 1984. – 248 с. 7. Карабан В.І. Переклад англійської наукової та технічної літератури. Частина 2. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі. – Вінниця: Нова книга, 2001. – 304 с. 8. Комиссаров В.Н. Теория перевода. – М.: Высшая школа, 1990. – 250 с. 9. Миньяр-Белоручева А.П., Миньяр-Белоручев К.В. Английский язык. Учебник устного перевода: Учебник для вузов / А.П. Миньяр-Белоручева, К.В. Миньяр-Белоручев. – М.: Издательство «Экзамен», 2003. – 352 с. 10. Мирам Г., Гон А. Профессиональный перевод: Учебное пособие. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2003. – 136 с.

Bibliography (transliterated): 1. *Zorivchak R.P.* Realiya i pereklad. Na materialy anhlomovnykh perekladiv ukrayins'koyi prozy – L'viv: Vydavnytstvo pry L'vivs'komu derzhavnomu universyteti, 1989. – 216 s. 2. *Cherednychenko O.I.* Mizhkul'turni aspekty perekladu. Movni i kontseptual'ni kartyny svitu. – Kyiv: KNU im. T. Shevchenka, 2001. – 485 s. 3. *Hnatyuk N.H.* Onomastychni realiyi v mizhkul'turnomu aspekti perekladu anhlomovnykh tekstiv. Problemy semantyky slova, rechennya ta tekstu. Zbirnyk naukovykh prats'. Vidp. red. N.M. Korbozero-va. – 2003 – Vyp. 9. 4. *Vlakhov S., Floryn S.* Neperevodymoe v perevode. – Moscow: Visshaya shkola, 1986. – 416 s. 5. *Komyssarov V.N., Retsker Ya.I., Tarkhov V.I.* Posobye po perevodu s anhlyyskoho yazyka na russkyy. – Moscow: Yzd-vo. lyt. na ynostr. yaz., 1960. – 175 s. 6. *Krupnov V.N.* Posobye po sotsyal'no-polytycheskoy y ofytsyal'no-delovoy leksyke. – Moscow: Visshaya shkola, 1984. – 248c. 7. *Karaban V.I.* Pereklad anhliys'koyi naukovoyi ta tekhnichnoyi literatury. Chastyna 2. Leksychni, terminolohichni ta zhanrovo-stylistychni trudnoshchi. – Vinnytsya: Nova knyha, 2001. – 304 s. 8. *Komyssarov V.N.* Teoryya perevoda. – Moscow: Visshaya shkola, 1990. – 250 s. 9. *Myn'yar-Belorucheva A.P., Myn'yar-Beloruchev K.V.* Anhlyyskyy yazik. Uchebnyk ustnoho perevoda: Uchebnyk dlya vuzov. A.P. Myn'yar-Belorucheva, K.V. Myn'yar-Beloruchev. – Moscow: Yzdatel'stvo «Экзамен», 2003. 352 s. 10. *Myram H., Hon A.* Professyonal'niy perevod: Uchebnoe posobye. – Kyiv: Э'л'ha, Nyka-Tsentr, 2003. – 136 s.

Надійшла (received) 11.04.2014.