

Непчатова В. М.
V. M. Nepchatova

ПЕРЕВОД НЕОЛОГИЗМОВ: ИЗУЧЕНИЕ ТРУДНОСТЕЙ И СТРАТЕГИЙ

TRANSLATING NEOLOGISMS: EXPLORING DIFFICULTIES AND STRATEGIES

Непчатова Валерия Михайловна – старший преподаватель кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации Комсомольского-на-Амуре государственного университета (Россия, Комсомольск-на-Амуре); 681013, г. Комсомольск-на-Амуре, пр. Ленина, 27; тел. 8(909)889-21-96. E-mail: devalera9@gmail.com.

Valeria M. Nepchatova – Senior Lecturer, Linguistics and Intercultural Communication Department, Komsomolsk-na-Amure State University (Russia, Komsomolsk-on-Amur); 681013, Komsomolsk-on-Amur, 27 Lenin Pr.; tel. 8(909)889-21-96. E-mail: devalera9@gmail.com.

Аннотация. Поскольку технологии продолжают эволюционировать, общество создаёт новые концепты, для которых необходимо использование новых слов и фраз в нашем повседневном вокабуляре. Такие недавно образовавшиеся слова и фразы, относящиеся к неологизмам, часто представляют собой трудности для переводчиков, которые пытаются перевести их с исходного языка на язык перевода. Этот термин «неологизм» происходит от греческих слов «neos» («новый») и «logos» («слово»). Неологизмы относятся к новым созданным словам и фразам, которые описывают понятия, технологии и социальные изменения, которые раньше не существовали в языковом лексиконе. Перевод неологизмов несёт в себе значительные трудности для переводчиков, поскольку эти слова могут не иметь прямого эквивалента в языке перевода. Более того, значение и употребление неологизмов могут варьироваться в зависимости от контекста и культуры, в которой они используются. В этой статье рассмотрены сложности перевода неологизмов и исследованы различные стратегии, которые переводчики могут использовать, когда сталкиваются лицом к лицу с такими трудностями.

Summary. As technology continues to evolve, the society creates new concepts that require the use of new words and phrases in our everyday vocabulary. Such newly formed words and phrases related to neologisms often present difficulties for translators who try to translate them from the source language to the target language. This term «neologism» comes from the Greek «neos», meaning «new» and «logos», meaning «word». Neologism refers to newly created words and phrases that describe concepts, technologies, and social changes that did not previously exist in the linguistic lexicon. Translating neologisms poses significant difficulties for translators since these words may not have a direct equivalent in the target language. Moreover, the meaning and use of neologisms may vary depending on the context and culture in which they are used. In this article, we will look at the difficulties of translating neologisms and explore various strategies that translators can use when faced with such difficulties.

Ключевые слова: неологизмы, перевод, стратегии, исходный язык, язык перевода.

Key words: neologisms, translation, strategies, source language, target language.

УДК 81

Введение. Перевод неологизмов представляет собой одну из наиболее трудных проблем в области переводоведения, в особенности в контексте постоянных технологических совершенствований. Неологизмы представляют собой недавно образованные слова или фразы, которые сформировались для описания появившихся понятий, технологий и социальных изменений, которые до недавнего времени не существовали в языковом вокабуляре. Перевод этих слов с одного языка на другой часто представляет собой сложную задачу, поскольку эти слова могут терять эквивалентность в языке, на который делается перевод. Ко всему прочему сложность заключается в том, что неологизмы могут иметь мало или вообще не иметь исходной информации. Кроме того, эти новые слова и фразы могут использоваться чаще в определённых областях, таких как технологии, медицина и наука, что затрудняет их точный перевод на язык перевода для переводчиков, не имеющих

опыта в этих областях. В этой статье обсуждаются наиболее часто встречающиеся трудности, с которыми имеют дело переводчики при переводе неологизмов. Кроме того, приводятся разные стратегии, применяемые переводчиками для преодоления этих трудностей, приводятся примеры из разных языков.

Трудности в переводе неологизмов. Одной из наиболее общих трудностей при переводе неологизмов является отсутствие прямых эквивалентов в языке, на который делается перевод, поскольку некоторые слова могут не преодолеть определённые культурные барьеры. Более того, язык, на который делается перевод, может не обладать солидным вокабуляром или оборотами речи для выражения слов оригинального источника. К тому же неологизмы имеют разные значения, коннотации и употребления в разных контекстах, тем самым делая перевод ещё более сложным. Например, слово «блокчейн», используемое в контексте криптовалют, может иметь уникальное значение по сравнению с тем, когда оно используется в контексте управления цепочками поставок. В таких случаях переводчики должны обладать знаниями в предметной области, чтобы иметь возможность собирать и интерпретировать соответствующую информацию при переводе неологизмов. Кроме этого, может не быть точных переводов всех неологизмов в языке, на который делается перевод, и, таким образом, переводчики должны быть креативными и уметь приспособляться к поиску подходящих эквивалентов.

Сложность в переводе неологизмов ясно демонстрируется в следующих примерах. Термин «selfie» – это неологизм, который был создан для описания фото, сделанного человеком самим собой, и затем распространения этого фото в социальных медиа. Необходимо отметить, что некоторые языки не имеют прямого перевода «selfie». Например, в словенском языке слово «selfie» изначально не было частью вокабуляра, и, таким образом, в словенском языке предпочли использовать сложное слово «автопортрет с телефона» которое означает «автопортрет на камеру телефона». В японском языке слово «селфи» не имеет прямого перевода, но термин «джиби шотто» используется для описания процесса фотографирования себя. Напротив, такие языки, как немецкий, предлагают возможности для создания новых слов путём объединения уже существующих слов. Например, термины «handy with kamera» и «autohandy» были созданы для обозначения мобильного телефона с камерой и мобильного телефона, встроенного в автомобиль, соответственно. Таким образом, переводчикам приходится искать альтернативные способы перевода неологизмов для того, чтобы передать их точный смысл.

Ещё один пример: словосочетание «облачные вычисления» также является неологизмом и описывает процесс хранения и доступа к данным и программам по интернету вместо физического устройства. В то время как этот термин не имеет прямого эквивалента в некоторых языках, существуют, тем не менее, определённые стратегии при его переводе. Например, в испанском языке термин «облачные вычисления» переводится как «computación en la nube», что означает «вычисления в облаке». В китайском неологизм «облачные вычисления» переводится как «информатизационная платформа для обмена ресурсами», что означает суть термина. Однако очень важно определить самый подходящий перевод, основанный на контексте употребления.

Стратегии перевода неологизмов. Переводчики используют различные стратегии для точного перевода неологизмов, когда они сталкиваются с тем, что в вокабуляре языка, на который делается перевод, нет прямого эквивалента. Одна из наиболее часто применяемых стратегий – это заимствование, которое включает в себя импорт слова или фразы из исходного языка на язык перевода. Заимствования могут быть необходимы в ситуациях, когда неологизм не имеет прямого эквивалента в языке перевода или использование исходного термина оказывается предпочтительнее по культурным или иным причинам. Например, в некоторых культурах термины «пицца» и «суши» были заимствованы из других языков и являются общеупотребительными словами в языке перевода. Термин «рамэн» – японское слово, которое было заимствовано английским языком и сейчас широко используется для описания любого типа японского супа с лапшой. Термин «микрпроцессор» не имеет прямого эквивалента в испанском языке, поэтому это слово напрямую заимствовано.

Другая стратегия заключается в создании описательного или функционального эквивалента, который точно описывает значение неологизма в языке перевода, используя существующие слова. Например, термин «облачные вычисления» можно перевести на определённые языки как «вычисления с помощью интернета», «хранение и извлечение данных с помощью интернета», или «программные услуги хранения по требованию».

Третья стратегия заключается в объединении элементов слов исходного языка и языка перевода в новое слово или фразу, которое охватывает значение неологизма. Например, термин «имейл» относится к «электронной почте». Данная стратегия особенно выгодна в таких языках, как немецкий, где сохранилась традиция создания слов с помощью образования сложных слов. В таких языках способ образования сложных слов, состоящих из двух и более элементов, может создать подходящий эквивалент для неологизмов.

Особенности перевода наиболее встречающихся неологизмов в интернет-пространстве.

Неологизмы также широко применяются в интернет-пространстве, поскольку быстро развивающаяся цифровая эпоха породила множество новых концепций, идей и технологий. В результате необходимость перевода этих инноваций на разные языки породила в интернет-пространстве большое количество неологизмов. Кроме того, особенность перевода интернет-неологизмов заключается в скорости и живости интернет-пространства. Новые термины и модные выражения быстро появляются и могут быстро устареть. В связи с этим переводчику необходимо быть в курсе последних тенденций и актуальных неологизмов. Переводчик должен сохранять активную коммуникацию с интернет-сообществами и постоянно обновлять свои знания, чтобы точно понимать и переводить новые термины. Интернет и социальные сети активно влияют на развитие языка, и неологизмы становятся всё более распространёнными и широко используемыми. Переводчикам приходится постоянно быть в курсе этих изменений и адаптироваться к появлению новых терминов и выражений. Гибкость и творчество являются неотъемлемой частью процесса перевода неологизмов. Далее приведём примеры наиболее распространённых неологизмов в интернет-пространстве:

1. «хэштег» – первоначально английский термин, это слово символизирует знак #, используемый в социальных сетях для категоризации и поиска определённых тем. Во французском языке его обычно называют «mot-dièse», сочетая в себе слова «слово» и «острый знак».

2. «влог» – сокращение от «видеоблог». Этот неологизм получил широкое распространение в разных языках с такими вариациями, как «vidéoblogue» на французском языке и «vloog» на голландском, сохраняя суть визуального контента, распространяемого через блоги.

3. «тролль» – происходит от английского термина «тролль» и относится к человеку, который намеренно разжигает споры или провоцирует других в интернете. Этот термин в настоящее время принят во всём мире, оставаясь относительно неизменным во многих языках.

4. «мем» – изначально возникший на английском языке, мем относится к юмористическому или вирусному изображению, видео или идее, которые быстро распространяются и тиражируются в интернете. Этот термин органично вошёл в разные языки, сохранив свою первоначальную форму.

5. «подкаст» – это эпизодическая серия цифровых аудио- или видеофайлов, доступных для потоковой передачи или загрузки в интернете. Термин «подкаст» остаётся неизменным во многих языках из-за его широкого использования и признания.

6. «инфлюэнсер» – влиятельный человек; относится к человеку, который имеет значительное присутствие и подписчиков на платформах социальных сетей и может влиять на мнения и решения своей аудитории. На испанский его можно перевести как «влиятельный» или «влиятельный человек», что имеет то же значение, что и исходный термин.

7. «мемджекинг» – это захват или присвоение существующего мема для создания новой, часто юмористической или сатирической версии. Этот термин можно перевести как «arropiarse de un meme» на испанский или «memeabgreifen» на немецкий, что означает акт взятия или захвата мема.

Особенности перевода наиболее встречающихся неологизмов в технической сфере. Техническая сфера является одной из наиболее динамичных и быстроразвивающихся областей в со-

временном мире. Такое развитие часто сопровождается появлением новых терминов и понятий, которые относятся к различным технологиям, инновациям и процессам. При переводе текстов из технической сферы на другие языки переводчики сталкиваются с задачей передачи неологизмов, которые иногда не имеют эквивалента в языке перевода. Техническая сфера включает в себя множество специализированных терминов, которые отражают уникальные концепции и процессы. Перевод таких терминов может быть сложным, особенно если в языке перевода отсутствует точный эквивалент. Например, термин «machine learning» в английском языке описывает процесс, когда компьютерные программы автоматически изучают и улучшаются из опыта без явного программирования. При переводе на другие языки, переводчикам нужно найти аналогичное понятие или использовать описательный перевод. В технической сфере часто используются акронимы и аббревиатуры. Они являются сокращениями длинных терминов и могут представлять собой отдельные концепции. При переводе таких сокращений необходимо определить полный смысл и искать соответствующий эквивалент в целевом языке. Например, «AI» в английском языке является сокращением для «Artificial Intelligence» (искусственный интеллект). При переводе на другие языки переводчики должны использовать эквивалентное сокращение или полностью расшифровывать термин. Перевод неологизмов в технической сфере является сложным и ответственным процессом, требующим глубокие знания языка и тематической области. Важно сохранить смыслообразующие элементы и уникальность оригинала. Это позволяет обеспечить правильное понимание терминологии и концепций технической сферы для аудитории на другом языке и предотвратить потерю информации и искажение контекста.

Заключение. В заключение можно отметить, что перевод неологизмов – это трудная задача, которая требует от переводчиков быть компетентными в вопросах перевода в исходном языке и языке перевода, культурах и предметной области. Несмотря на обилие трудностей, встречающихся при переводе неологизмов, существуют различные стратегии, которые позволяют сохранять смысл и оригинальность произведения при переводе на другие языки и одновременно адаптироваться к новым идеям и тенденциям. Например:

1. Дословный перевод. В некоторых случаях возможен дословный перевод. Например, «кликбейт» можно перевести как «cebo de clics» на испанский или «cliqueb» на французский, что напрямую отражает концепцию привлечения кликов посредством заманчивого контента. Точно так же «геотегирование» можно перевести как «геолокализация» на испанском языке или «геомаркировка» на французском языке, что напрямую относится к практике добавления тегов местоположения к цифровому контенту.

2. Адаптация или заимствование. Иногда неологизмы, такие как «кликбейт» и «геотегинг», могут не иметь прямых эквивалентов на языке перевода. В таких случаях переводчики могут адаптировать или заимствовать термин, учитывая лингвистические и культурные факторы. Например, «кликбейт» можно перевести как «ködernder Link» на немецкий язык, что адаптирует концепцию путём объединения «ködern» (наживка) и «Link» (ссылка). «Геотегирование» на немецком языке можно перевести как «einbetten von Ortsdaten», ссылаясь на встраивание данных о местоположении.

3. Объяснение или определение. Неологизмы, такие как «кликбейт» и «геотегинг», могут потребовать объяснения или определения в контексте перевода. Такой подход гарантирует, что значение и использование будут чётко поняты целевой аудиторией. Например, переводчик может определить «кликбейт» как «неотразимый контент, предназначенный для привлечения кликов» или «геотегинг» как «добавление информации о местоположении в медиафайлы для идентификации и категоризации».

4. Создание новых терминов. В некоторых случаях для перевода неологизмов может потребоваться создание совершенно новых терминов. Этот подход включает в себя анализ основных понятий и изобретение подходящих терминов на целевом языке. Например, переводчик может придумать на немецком языке такой термин, как «clickfänger», создав слово, которое отражает суть «кликбейта», но является уникальным для целевого языка.

5. Культурная адаптация. При переводе неологизмов важно учитывать культурные нюансы. Переводчикам, возможно, придётся найти альтернативы, приемлемые с культурной точки зрения, которые эффективно передают предполагаемое сообщение. Например, если неологизм относится к тенденции или технологии социальных сетей, переводчик может использовать термины, которые широко признаны и приняты в целевой культуре.

В конечном итоге выбранный подход к переводу будет зависеть от таких факторов, как доступные лингвистические ресурсы, знакомство целевой аудитории с неологизмом, а также конкретные культурные и лингвистические особенности языка перевода.

Применяя эти стратегии, переводчики могут создавать уникальные и содержательные переводы неологизмов, которые точно передают предполагаемое значение целевой аудитории. Поскольку язык продолжает эволюционировать наряду с технологическими усовершенствованиями, важность изучения и перевода неологизмов неизбежно возрастает, делая навык перевода неологизмов необходимым для переводчиков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабалова, Г. Г. Проблема эквивалентности перевода и переводческие трансформации / Г. Г. Бабалова // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2017. – № 4 (30). – С. 23-28.
2. Бархударов, Л. С. Язык и перевод (вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. – М.: Высшая школа, 2010. – 235 с.
3. Губская, Т. В. Теория и практика перевода: переводческие трансформации / Т. В. Губская. – М.: Изд-во Орского гуманитарно-технологического университета, 2017. – 328 с.
4. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
5. Караванова, Н. Б. Элементарный аудиокурс английского для русских с параллельным переводом на русский язык / Н. Б. Караванова. – М.: Эксмо, 2014. – 96 с.
6. Рецкер, Я. И. Теория перевода и переводческая практика / Я. И. Рецкер. – М.: Р. Валент, 2007. – 237 с.
7. Швейцер, А. Д. Теория перевода / А. Д. Швейцер. – М.: Наука, 1988. – 216 с.
8. Шибико, О. С. Комплексные переводческие трансформации при переводе текстов средств массовой информации / О. С. Шибико, В. В. Скидин // Учёные записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. Науки о человеке, обществе и культуре. – 2022. – № IV (60). – С. 89-95.