

Важнейшим путем реализации политической корректности в языке является эвфемизация. Эвфемизм представляет собой «нейтральное по смыслу и эмоциональной «нагрузке» слово или описательное выражение, обычно используемое в текстах и публичных высказываниях для замены других, считающихся неприличными или неуместными, слов и выражений» (Wikipedia). Главным отличием политкорректности от эвфемии является то, что *политическая корректность* – это отношение человека к окружающим людям и явлениям социальной жизни, т.е. линия (политика) поведения, а *эвфемия* – это средство выражения этого отношения, средство осуществления политкорректности на практике, в речи.

Например, эквивалентами являются *Afro-American* – афроамериканец, *police officer* – полицейский, *busperson* – лицо, ведущее автобус, *водитель автобуса*, *congressperson* – член конгресса, *Korean-American* – американец корейского происхождения, *American Indian* – американский индеец. Калькирование: *victim of lookism* – жертва лукизма (транскрипция второй части словосочетания), *cerebrally gifted* – умственно одаренный, *with learning difficulties* – имеющий затруднения в обучении, *intellectually challenged* – умственно неполноценный. Описательный перевод: *physically challenged* и *differently abled* – имеющий ограниченные физические способности, *mentally challenged* и *cerebrally challenged* – преодолевающий умственные трудности, *morally different* – неприемлемый с точки зрения морали, *aurally challenged* и *hearing impaired* – имеющий проблемы со слухом.

Таким образом, перевод политкорректных эвфемистических выражений осуществляется подбором русских эквивалентов, поиском соответствий в словарях, а выражения, которые не имеют соответствий в русском языке, переводятся с использованием переводческих трансформаций и приемов, основными из которых являются калькирование, транскрипция, транслитерация и описательный перевод.

В. Рябых

ВНУТРИЯЗЫКОВЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКИХ И БРИТАНСКИХ ГАЗЕТАХ (ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Внутриязыковые заимствования – профессиональные термины, перенесенные в язык газеты – составляют особую группу устойчивых сочетаний, используемых франкоязычными и англоязычными СМИ для выражения оценочных суждений о событиях и процессах, происходящих в политической, экономической и общественной жизни.

Внутриязыковые заимствования употребляются в газетных материалах метафорически, обуславливая образный характер всего высказывания.

На этапе выявления профессионального термина в тексте печатного издания переводчику следует прежде всего убедиться в том, что перед ним – внутриязыковое заимствование, а не профессионализм, употребленный автором в рамках соответствующей профессиональной сферы, в прямом значении (например, *to play the leading role* ‘исполнять главную роль’ – в тексте рецензии на театральную пьесу). В этом случае выражение внутриязыковым заимствованием не является и не приводит к метафоризации высказывания.

Перевод как французских, так и английских внутриязыковых заимствований на русский язык позволяет использовать опыт перевода фразеологических единиц, так как между оригинальными (как французскими, так и английскими) внутриязыковыми заимствованиями и их русскими переводными эквивалентами (как и в случае с переводом фразеологизмов) устанавливаются три типа отношений – эквивалентные, адекватные, нулевые.

Эквивалентные (*brouiller les cartes* ‘смешать карты’), адекватные (*jouer cartes sur table* ‘играть в открытую’), нулевые (*rester sur la touche* ‘оказаться не у дел’). Те же отношения присутствуют между английскими внутриязыковыми заимствованиями и их переводными эквивалентами: эквивалентные (*to play the leading role* ‘играть ведущую роль’), адекватные (*in full sail* ‘на всех парусах’) и нулевые (*to be put/to stay on the sidelines* ‘оказаться не у дел’) отношения.

Вместе с тем перевод внутриязыковых заимствований на русский язык составляет отдельную переводческую проблему, решение которой учитывает как минимум два фактора. Во-первых, это большая образность, метафоричность языка французских и британских газет по сравнению с материалами российской прессы. Во-вторых, это значимость образа, лежащего в основе устойчивого выражения (как оригинального, так и переводного), для построения оценочного суждения – важнейшей составляющей медиадискурса.

Сочетание обоих факторов оправдывает практику двух подходов при переводе – сохранение образа (*abandonner la partie* ‘выйти из игры’; *behind-the-scenes negotiations* ‘закулисные переговоры’) и устранение образной основы при избрании русского переводного эквивалента (*le feu vert* ‘разрешение’; *to have carte blanche* ‘иметь полную свободу действий’).

Ю. Саванович

НЕОЛОГИЗМЫ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ В КОНТЕКСТЕ ПЕРЕВОДА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

В современном мире вследствие постоянного и непрерывного развития языка под воздействием различного рода факторов возникают явления, которым необходимо дать название. В подобных случаях идет речь о неологизмах. *Неологизмы* – это стилистически маркированные слова, которые обладают определенной новизной.

Впервые столкнувшись с неологизмом в тексте, у переводчика могут возникнуть трудности, так как первоначально они не закреплены в словарях. Поэтому в подобных случаях необходимо опираться на контекст.

Нами были изучены статьи американской и британской прессы за 1999–2014 года: «The Economist», «The Guardian», «The Independent», «The Washington Post», «The Stand», «Forbes», «The New Economy», «The Daily Mail» и др.

В ходе практического исследования мы отобрали и проанализировали 81 лексическую единицу и ее определения. В процентном соотношении по способам образования неологизмы были распределены следующим образом: словосложение – 33 %; словосочетания – 21 %; сращение – 11 %; акроним – 6 %; префиксация – 5 %; суффиксация – 5 %.