

Ключові слова: технічний термін, термінологія, транспортні перевезення, стратегії перекладу, прямий переклад, непрямий переклад, прийоми

К ПРОБЛЕМЕ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В СФЕРЕ ТРАНСПОРТНЫХ ПЕРЕВОЗОК НА УКРАИНСКИЙ ЯЗЫК

Н.В. Яременко

Аннотация. Технический перевод отличается от других видов перевода преимущественно своей терминологией, которая является неотъемлемой частью переводческого процесса. Транспортные технологии – это сфера, которая сегодня быстро развивается в связи с глобализационным развитием общества; в результате чего становится все труднее игнорировать необходимость создания новых технических терминов. Данное исследование описывает стратегии, лежащие в основе адекватного перевода терминов сферы транспортных перевозок с английского на украинский язык. С этой целью автором были проанализированы 140 примеров переводов транспортных терминов, изъятых методом сплошной выборки из текстов двух транспортных веб-сайтов. Анализируя частоту используемых переводческих стратегий, было обнаружено, что чаще всего как технический прием используется калькирование (38%). Буквальный перевод был использован в 26% для перевода исследуемых терминов, а заимствования – в 15%. Такие техники, как поиск эквивалента и транспозиция были задействованы в 13% и 8% соответственно.

Ключевые слова: технический термин, терминология, транспортные перевозки, стратегии перевода, прямой перевод, косвенный перевод, приемы

УДК 378:81'253:81'271

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЕВФЕМІЗМІВ В ДІЛОВІЙ МОВІ (НА ПРИКЛАДІ АНГЛІЙСЬКОЇ І УКРАЇНСЬКОЇ МОВ)

І.Ю.РОЗГОН, старший викладач,

E-mail: iryna_rozgon@ukr.net

ORCID: 0000-0003-0413-4797

Л.В. КЛИМЕНКО, старший викладач,

E-mail: farma32@ukr.net

ORCID: 0000-0003-1649-9259

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Анотація. У статті розглядається поняття евфемізмів в діловій англійській мові та способи передачі їх українською мовою. Подано найбільш розповсюджені способи перекладу евфемізмів українською мовою і зіставлення з англійською мовою. Наведено чіткі критерії до розмежування та визначення терміну. Досліджено процес заміни одних слів, виразів на інші для покращення бізнес комунікації та інтенсивність поширення в діловій англійській мові. Зроблено порівняльне дослідження евфемізмів англійської та української мов з точки зору засобів і способів їх утворення. Розглянуто евфемізми в різних сферах бізнесу, особливо у економічній, фінансовій, бухгалтерському обліку, маркетингу і виявлено, що одні зникають з повсякденної мови, а інші, тобто нові з'являються в бізнес лексиці. Запропоновано метод аналізу словникових дефініцій,

контекстуального аналізу, порівняльний метод і метод структурно – семантичного опису.

Ключові слова: евфемізми, ділова мова, перифраз, професійні евфемізми, способи передачі, евфемізми у рекламуванні

Актуальність. Під терміном "евфемізм" в діловій англійській мові розуміємо застосування як слова, так і словосполучення для того, щоб підмінити поняття чи підібрати менш вразливі слова. Актуальність поняття "евфемізм" полягає в тому, щоб в складних економічних ситуаціях, в бізнесі – приховати, замінити, завуалювати неприємні чи небажані наслідки за допомогою слова або виразу. Його генезис загальновідомий: сам термін походить від грецьких слів "добре" та "мова". Спочатку він тлумачився як проголошення слів, що мають добрий знак, утримання від слів, що мають погану прикмету. Подібне трактування евфемізму зближує його з табу, але не зрівнює. Більш влучніш можна було б визначити евфемізм як перефразування, адже вони мають подібні ознаки словотворення з експресивним значенням.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Перші згадування терміну відносяться до 1656 року в роботах відомого англійського історика і лексикографа Томаса Блаунта, де визначено термін як «чудове і найбільш сприйнятливий тлумачення не зручного слова» («a good or favourable interpretation of a bad word»), [6, с.13]. Тема евфемізмів не достатньо вивчена і лише у ХХ-ХХІ ст. було підготовлено цілий ряд робіт стосовно проблем евфемістичної лексики, або торкаються її у зв'язку з іншими лінгвістичними явищами [Пауль Г., 1960; Шор Р.О., 1926; Ларін Б.А., 1961; Крисін Л.П., 1996; Курков А. С., 1977, Никитина, І.Н., 2008, Шинкарук В.Д., 2011 [5] та ін]. Однією з вдалих, на мою думку є формулювання Л.П. Крисіна, де визначається евфемізм як «спосіб непрямого, перифрастичного і при цьому пом'якшує позначення предмета, властивості чи дії»; [1].

Існують різні погляди щодо класифікації евфемізмів, але загальна причина застосування – прагнення уникнути непорозуміння і конфліктності у спілкуванні. На думку Б. А. Ларіна, в її основу слід покласти «соціальну природу евфемізмів» і виділяє три основні типи за класифікацією:

- 1) загальноживані евфемізми національної літературної мови;
- 2) класові і професійні евфемізми;
- 3) сімейно-побутові евфемізми. [2]

У своєму есе 1946 року "Політика й англійська" Джордж Оруелл писав, що заплутано-туманна політична мова спеціально використовується для того, щоб "брехня звучала правдиво, а вбивство виглядало пристойно" [8]. Політики, фінансисти, дипломати, військові, офіційні особи будь-якого відомства чи організації, а також журналісти стрімко "напрацьовують", а часто і просто вигадують такі евфемізми, які відволікають увагу від негативних явищ чи подій.

Мета дослідження. В діловій англійській мові евфемізми застосовуються у різних сферах, особливо коли потрібно приховати чи делікатно, толерантно повідомити якусь інформацію не ображаючи і не завдаючи болю. Розглянемо тему кар'єрного зростання в англійській мові: carrier ladder, carrier growth, promotion, position. До непопулярних видів діяльності відносяться професії двірника, прибиральниці, прислуга. В англійській мові майже пішло з ужитку слово 'servant' і замінено на більш нейтральні слова 'housekeeper' чи 'cleaning lady'. Як приклад, розглянемо слово 'agent', яке має відношення до роботи і підсилює, збільшує значимість посади, або роботи яка виконується (press agent, publicist –

публіцист, tax agent –працівник, який працює у сфері податків); слово ‘engineer’ має значення професії інженер, а вираз ‘exterminating engineer’ – евфемізм зі зазначенням професії зі санітарно-епідеміологічної служби (a rat catcher), якщо ми не хочемо принизити працівника який працює на нижчій посаді. Чимало тематичних евфемізмів виникли з метою підняти престиж окремих професій. Наприклад, перукаря (barber) стали називати ‘hair stylist’ чи ‘beauty specialist’, “administrative assistant” а не “secretary,” “associate” на “employee.”. Працівники кладовища традиційно були відомі як coffin-maker (трунарі), однак, поступово перетворилися на ‘undertaker’, ‘funeral home’ (власників, розпорядників бюро похорон) .“Збиральник сміття” (dustman, garbage collector, sanitation engineer, garbology specialist, custodian) проходить у своєму евфемістичному розвитку стадії від “інженера санації” до “гігієніста навколишнього середовища”, хоча, насправді, мова йде про звичайного “двірника”.

Розглядаючи евфемізми стосовно професії не можна не згадати, що сучасна ділова англійська мова наповнена евфемізмами, які мають відношення до втрати роботи чи безробіття, як приклад: unemployment, axed, loss of a job, reduction in force, relieve, redundant, to reduce the headcount, to be selected out, to seek fresh challenges. Але, втратити роботу і бути безробітним більш вразливе, ніж термін “в пошуку роботи”, “нові можливості чи творчий пошук”, (between jobs or resting actor).

Не менш актуальною в бізнесових колах є тема корупції (corruption, Nokia box). В ділових виданнях часто з’являються евфемізми: to give a bribe, money for tea, money for coffee, beans for the kids, presents, sweeteners (давати хабар). Пити чай, або каву є частиною культури і тому евфемізми допомагають приховати і не показати стан корупції в країні.

Прагнення уникнути конфліктів, приховати дефекти, прикрасити або додати значущості не вказуючи на вік будівлі, агенти з продажу нерухомості використовують евфемізми для кращих намірів, не наголошуючи на конкретиці: Georgian house, ante-bellum, ideal of modernization, period property. “Жвавий” квартал означає оглушливий гамір, місцевість “на підйомі” – що мікрорайон може похвалитися лише високим рівнем злочинності, а магазини, які знаходяться “поруч” – насправді розташовані за горизонтом. “Зручно неподалік” при описі, наприклад, вокзалу виявиться просто “за пару метрів”.

Експерти з економічних питань, якщо хочуть приховати реальну картину чи зменшити загрозу падіння економіки, насичують незліченною кількістю евфемізмів для заміни терміну ‘economic collapse’ таких, як: economical with the truth, slide down, risk of loss, disruption, а термін “arguments” можна замінити на “full and frank discussions”, “have words with someone”. Звичайно, дуже важлива економічна та соціальна проблема бідності і щоб не створювати відчуття комунікативного дискомфорту, слово в діловій англійській мові ‘being poor’ or “the needy” замінюємо на “be disadvantaged or financially embarrassed”, “low – income family”, “socially deprived”, “penniless”, “less-fortunate”, “marginalized”. “Добре” і “погане” стають “доречним” і “недоречним”. “Надзвичайно серйозна проблема” перетворюється на “виклик”. “Витрати” означають “інвестиції”, “скорочення” – “заощадження”. У цій категорії також можна виокремити евфемізми, пов’язані з негативними наслідками у соціально-економічній сфері. Протягом ХХ століття словосполучення “економічна криза” було замінено на “падіння”, у свою чергу “падіння” перетворилося на “депресію”. Більш сучасні терміни, що описують останні дві економічні кризи (1998–1999 рр. і 2008–2009 рр.) включають “період стабілізації економіки”, “період від’ємного економічного росту”, “суттєвий спад”.

Для пом'якшення негативного ефекту таких слів, як "звільнення", виникли наступні евфемізми: "досягнення оптимальної кількості", "скасування надлишкової кількості працівників".

Тема фінансів і грошей (money, interests, capital, finance, wealth) завжди була і є делікатною для фахівців у бізнес сфері, тому інколи, для того щоб приховати реальні показники чи зменшити ризики, фінансисти вживають термін допустима похибка, а особливими заміниками понять виступають евфемізми як: adjust figures or massage figures (скоригувати показники). Найбільш вживаними можна вважати прикметники: creative (творчий) у словосполученнях "creative accounting", "creating bookkeeping" (творча бухгалтерська звітність, або творчий підхід) – замінює пряме слово "honest", таким чином фальсифікуючи показники.

Негативні явища в економіці, як приклад візьмемо падіння курсу валют і девальвація (devaluation) пом'якшуються в діловій англійській мові евфемізмами: exchange rate adjustment (коригування, регулювання курсу валют), currency adjustment, а коли мова йде про technical adjustment, ймовірно мається на увазі негативні процеси на біржі. Тема банкрутства також актуальна і в якості підміни понять широко застосовуються метафори: to take a bath, to fall out of the bed – мати фінансові проблеми; to take a haircut, to fold, to wash out, to close its doors – збанкрутитися, або технічні терміни "hammer" – стати банкрутом. Holder (Holder, 2008) наголошує, що термін «банкрутство» (bankruptcy, money shortage, negative cash situation or cash flow problem) не містить негативний зміст в сучасному контексті у порівнянні з минулим століттям, де порівнювали проблеми з грошима зі смертю (big disgrace, standing for death). У бухгалтерському обліку евфемізми пов'язані з фінансовими проблемами, особливо: financial difficulties, cash flow problem, balance sheet risk, failure risk or in the red. У бізнес середовищі, а особливо в офісі де є корпоративна культура, працівники підміняють поняття в силу певних причин застосовуючи евфемізми пов'язані з кімнатами гігієни (lavatory room) такі як: powder room, private office, rest room, plumbing, smallest room, hygiene facilities or toilet; сходити до туалету як: to empty a bladder, to wash hands, to freshen up.

В економічних колах евфемізми сприймаються як вишукане мистецтво, і кожен, хто потрапляє до обраних кіл, повинен швидко його опанувати. "Our friends in the world with low economy " означають "країни третього світу" та "розвідку". Державний службовець, який попереджає міністра про те, що рішення, яке ухвалюється, є "сміливим" (prompt action), насправді говорить, що це рішення – вкрай непопулярне, і призведе до повного руйнування кар'єри. Вираз "схильний до пригод" ще гірший, бо означає "божевільну" і "повністю непридатну" до раціонального мислення і дій офіційну особу.

Аналізуючи евфемізми в діловій англійській мові, не можливо не зосередитись на мові рекламування, метою якої є базування на інформацію позитивного характеру і незвичайних фактах, а також впливу на потенційних клієнтів, тобто покупців і спонукання до купівлі товарів. Причому, використовуються найбільш вживані прикметники: new, good, healthy, creamy, perfect, fresh, natural та інші. Рекламуючи, тобто надаючи характеристики продукту, або товару рекламодавці використовують ступені порівняння: softer, bigger, better than ever, не надаючи предмет з яким вони порівнюють даний товар. Перекладаючи евфемізми, як full size, queen size, mature figure, big gal, curvy, buxom, ймовірно мається на увазі особа, яка дещо має більші параметри. Маркетологи можуть замінити слова, для загадковості і вишуканості, словами з іншої мови. Розглянемо іншомовне слово "faux"(у французькій мові), яке подібне до англійського слова "false", і

перекладається як “фальшивий”, адже “faux diamond” не несе для іноземця тієї інформації, як “false diamond” or “false gold”; слово “escargots” звучить більш апетитніше, ніж “snail” (слимак чи равлик). Не всі знають, що такі продукти, як “canola oil”, “Canadian oil” не існують, а є лише гарною назвою і маскою для терміну “rapeseed oil” (олія з ріпаку)[6,7,8,9].

Час від часу з’являються слова, які сприяють сприймати і асоціювати з більш бажаними, ніж ті які не передають попередні якості і характеристики товарів. Так можливо приховати інформацію такими евфемізмами: natural, organic, antioxidant, not-genetically modified, low, light, free (low-fat, reduced fat, no-fat, skim milk).

Висновки і перспективи. Отже, основна ціль евфемізмів в діловій англійській мові по-перше, приховування, завуальованість, прикрашення деяких моментів дійсності; прагнення уникнути комунікативних конфліктів не створюючи відчуття дискомфорту, збільшуючи число номінацій застосованих до широкого кола речей, про які не хочеться говорити прямо. По-друге, приховування самої суті понять і дій, камуфляж істотності справи з можливим використанням аббревіатур. Процес утворення евфемізмів тісно переплітається з процесом номінації - одним з трьох фундаментальних процесів, що формують діяльність людини (два інших - предикація та оцінка). Об’єкти, з етичних, культурних, психологічних та інших причин потребують евфемістичних позначень; оновлення номінацій диктується необхідністю знову і знову вуалювати або пом’якшувати сутність того, що в культурному суспільстві вважається незручним, непристойним чи інше. Евфемізми володіють величезним маніпулятивним потенціалом, який використовується в діловій мові. Маніпулятивні евфемізми або затемнюють, приховують справжній стан речей, або ж демобілізують громадську думку, так як пом’якшене, нейтральне формулювання не викликає у свідомості реципієнта відповідного роздратування на відміну від прямої номінації.

Список використаних джерел

1. Крисін, Л. П. Евфемізми в сучасній російській мові [Текст] /Л.П. Крисін// Русистика. – Берлін, 1994. – № 1-2. – С.28 – 49.
2. Ларін, Б. А. Про евфемізми [Текст] / Борис Олександрович Ларін / / Б.О. Ларін // Проблеми мовознавства: Збірник статей, присвячений 75-річчя акад. І. І. Мещанінова. – Л.: ЛДУ, 1961. // Наукові записки Ленінградського університету. Серія: Філологічні Науки. – 1961. – Вип. 60. – С. 110 –124.
3. Никитина, И.Н. Эвфемизмы как объект исследования в британской и американской лингвистике [Текст] / И. Н. Никитина // Вопросы филологии. – М., 2008. – №2(29). – С.111 – 114.
4. Никитина, И.Н. Проблема перевода эвфемизмов экономического дискурса (на материале английского и русского языков) [Текст] / И.Н. Никитина // Гуманитарные научные исследования. 2013. № 11 [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2013/11/5110>
5. Шинкарук, В.Д. Особливості реченневих структур з емоційно-оцінними значеннями слова [Текст] / В.Д.Шинкарук // Studia Linguistica. Збірник наукових праць. Випуск 5. Частина 2. – К.: Київський університет, 2011. – С. 29-37.
6. Enright, D.J. Fair of Speech: The Uses of Euphemism [Text] / D. J. Enright // Oxford University Press. – 1985.
7. Rawson, H.A. Dictionary of Euphemisms and Other Doubletalk. New York, 2002
8. Orwell, G. Politics and the English Language [Text] / G. Orwell [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.literaturecollection.com/a/orwell/454>.

9. The Economist. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.economist.com/articles/4412>.

References

1. Krysin, L. P. (1994). Evfemizmy v suchasniy rosiys'kiy movi [Euphemisms in modern Russian language]. *Russianistycs*, 1-2, 28 - 49.
2. Larin, B.A. (1961). Pro evfemizmy [About euphemisms]. *Problems of Linguistics: Articles devoted to the academician of I. Meshchaninov the 75th anniversary. Scientific proceedings of Leningrad University. Series: Philological Sciences*, 60, 110 -124.
3. Nikitina, I.N. (2008). Evfemizmy kak obyekt issledovaniya v britanskoj i amerikanskoj lingvistike [Euphemisms as a subject of research in British and American linguistics]. *Phylological issues*, 2(29), 111 -114.
4. Nikitina, I.N. (2013). Problema perevoda evfemizmov ekonomicheskogo diskursa (na materiale angliyskogo i russkogo yazykov) [Translation problem of the euphemisms of economic discourse (with reference to English and Russian languages)]. *Humanitarian Research*, 11, [Electronic resources: <http://human.snauka.ru>].
5. Shynkaruk, V.D. (2011) Osoblyvosti rechennievyykh struktur z emotsiino-otsinnymy znachenniamy slova [Features of the sentence structures with the emotional and evaluative meanings of the word]. *Studia Linguistica. Proceedings*, Volume 5, Part 2, Kyiv, P. 29-37.
6. Enright, D.J. (1985). *Fair of Speech: The Uses of Euphemism*. Oxford University Press.
7. Rawson, H.A.(2002). *Dictionary of Euphemisms and Other Doubletalk*. New York.
8. Orwell, G. *Politics and the English Language* [Text] / G. Orwell [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.literaturecollection.com/a/orwell/454>
9. The Economist. Electronic resources:<http://www.economist.com/articles/4412>.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЭВФЕМИЗМОВ В ДЕЛОВОЙ РЕЧИ (НА ПРИМЕРАХ АНГЛИЙСКОГО И УКРАИНСКОГО ЯЗЫКОВ)

И.Ю. Розгон, Л.В. Клименко

Аннотация. В статье рассматривается понятие эвфемизмов в деловом английском и способы передачи их в украинском языке. Представлены наиболее распространенные способы перевода эвфемизмов и сопоставление с английским языком. Используются четкие критерии к определению понятия самого термина. Исследован процесс замены одних слов, выражений на другие для улучшения бизнес коммуникации и интенсивность распространения в деловом английском языке. Сделано сравнительное исследование эвфемизмов английского и украинского языков с точки зрения средств и способов их образования. Рассмотрено множество эвфемизмов в бизнес среде, особенно в экономике, финансовой сфере, бухгалтерском учете и маркетинге. Наведены примеры использования в различных сферах, а также исчезновения некоторых эвфемизмов с употребления в речи. Предложен метод анализа словарных дефиниций, контекстуального анализа, сравнительный метод и метод структурно - семантического описания.

Ключевые слова: эвфемизмы, деловая речь, перифраз, эвфемизация, профессиональные эвфемизмы, эвфемизмы в рекламировании

ASPECTS OF EUPHEMISMS TRANSLATION IN BUSINESS (WITH REFERENCE TO ENGLISH AND UKRAINIAN LANGUAGES)

I.Yu. Rozghon, L.V. Klymenko

Abstract. *The subject of discussion is euphemisms in business English and the aspects of translation into Ukrainian. Sometimes, it is difficult for nonnative speaker to understand and translate euphemisms in business, especially in finance, accounting, economics and marketing. It is more comfortable for people not to talk about unpleasant or embarrassing topics directly. The effort to be polite makes them replace offensive words by more acceptable. What is the appropriate topic for discussion in one country is taboo for another. Ukrainian business does not share the taboo of discussing politics, but some avoiding this topic. Nowadays, in Ukrainian business journals and media avoid information that may be historically embarrassing such as immigration or the war in Donetsk region. The purpose of the use of euphemisms is to avoid unsuitable words in order not to offend hearer. Primarily, the term was used as a substitution for taboo expressions only. Later, the use of euphemisms was enlarged for any vulgar, offensive, harsh, embarrassing, blunt or other indelicate term. There are many areas in today's English, where euphemisms are used frequently. These areas deal with socially unaccepted or feared issues, which people are ashamed to talk about directly.*

Ukrainian language does not have the euphemisms for some English. This is the case when the difference between two cultures, the traditions of the two nations are very important. If someone gives you "money for tea" in Ukrainian language you may understand that someone just wants to buy, drink tea or in some cases leaves tips but the real meaning of it is "give a bribe". It is frequently impossible to translate some ideas from one language into another without a loss of some meaning. Therefore, translating the expressions which have no cultural equivalents in the target language we allow the principle of so called "foreignization" or "alienation" and calquing the expression. Sometimes, the translator takes the liberty to offer vulgar expressions or slang as equivalents to some neutral expressions. This is a very sensitive issue since every language has its own unique verbal norms and means of expression; therefore, what does not hurt our ears in one language, may seem extremely vulgar in the other. Therefore, it is necessary neither to soften the expressions too much, nor to translate them literally. A translator ought to find a word or an expression, which will provoke the emotions and associations of the speaker or reader in the target language that produce the closest associations to the word's original meaning.

Thus, relying on all the above mentioned we may conclude that in the process of euphemisms translation one needs to distinguish whether we are dealing with the lingual entities bearing imprints of national identity or universal expressions, the stylistic layer of which belongs to that euphemisms. Therefore, that strategy of translation has to be selected, which will have the same emotional impact on the recipient, as did the original on its reader and speaker.

Keywords: *euphemisms, business language, professional euphemisms, economic problems, euphemisms in advertising*