Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет

«Дніпровська політехніка»

Інститут електроенергетики
Електротехнічний факультет

Кафедра перекладу

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

кваліфікаційної роботи ступеню магістр

студентки Литвинової Наліі Дмитрівни

(ПІБ)

академічної групи 035м-20-1

(шифр)

спеціальності 035 Філологія

спеціалізації 035.041 за освітньо-професійною програмою вищої освіти «Германські мови та літератури (переклад включно), перша англійська»

на тему Особливості перекладу англомовного молодіжного сленгу (на прикладі серіалу "Друзі")

(назва за наказом ректора)

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
Кваліфікаційної роботи	Введенська Т.Ю.			

Рецензент	**Кабаченко І.Л.**			

Нормоконтролер	**Орел М.В.**			

Дніпро
2022

ЗАТВЕРДЖЕНО:
завідувач кафедри перекладу
_____Введенська Т.Ю.
(підпис) (прізвище, ініціали)
«_____»_____20___року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу ступеня магістр

студентці ____Литвиновій Н.Д____ академічної групи __035м-20-1_____
(прізвище та ініціали) (шифр)
спеціальності _____035
Філологія_____
спеціалізації
035.041_____
за освітньою-професійною програмою вищої освіти «Германські мови та літератури (переклад включно), перша англійська»
на тему: Особливості перекладу англомовного молодіжного сленгу (на прикладі серіалу "Друзі")

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від _____№_____

Розділ	Зміст	Термін виконання
Розділ 1	ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СЛЕНГІЗМІВ ЯК ОДИНИЦЬ МОВИ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ	05.11.2021
Розділ 2	ПРОБЛЕМИ КІНОПЕРЕКЛАДУ ТА ВІДТВЕРЕННЯ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ.	12.01.2022

Завдання видано _____ ____Введенська Т.Ю____
(підпис керівника) (прізвище, ініціали)
Дата видачі _21.10.2021_____
Дата подання до екзаменаційної комісії____25.01.2022_____
Прийнято до виконання _____ _____Литвинова Н.Д._____
(підпис студента) (прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП ……..... 4

РОЗДІЛ 1. Особливості функціонування сленгізмів як одиниць мови в англійській та українській мовах.....

1.1 Основні причини виникнення та використання сленгу 6

1.2 Основні підходи до визначення поняття «сленг» 13

1.3 Загальний та спеціальній сленг ……... 16

1.4 Різниця між жаргоном та сленгом 22

1.5 Особливості англійського молодіжного сленгу, його функції …… 28

1.6 Проблеми перекладу молодіжного сленгу..... 41

Висновки до 1 розділу 50

РОЗДІЛ 2. Проблеми кіноперекладу та відтворення молодіжного американського сленгу українською мовою 52

2.1 Проблеми перекладу у кіноіндустрії 52

2.2 Особливості перекладу молодіжного сленгу у сіткомі «FRIENDS» 57

Висновки до 2 розділу 77

ВИСНОВКИ 79

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 81

ВСТУП

Мова – ресурсний інструмент людини. Вона віддзеркалює особливості її носіїв, культуру і історію. Мова, як і люди, як наші технології, змінюється так само швидко. Спілкування – процес взаємодії індивідів, що є одним із найважливіших показників інтелекту та освіченості людини. Від результату спілкування залежить сприйняття людини суспільством, її авторитет в громадській і в професійній діяльності. Мова – основний елемент спілкування.

Кожна мова має свою національну своєрідність, яке виражається як у специфічних особливостях одиниць словникового складу, тобто слів, так і особливо у розшаруванні всього словникового складу на окремі лексичні пласти, типи і групи слів. Англійська, теж не є виключенням.

Актуальність обраної теми полягає в тому, що сленг у сучасному світі є важливою складової мови, яка с кожним роком все більше розповсюджується і робить барвистим повсякденне життя. Актуальність дослідження також визначається необхідністю більш повного та всебічного вивчення проблеми передачі англійського сленгу і просторічної лексики українською мовою і досягнення адекватності перекладу.

Об'єктом дослідження є лексично-стилістичні особливості і функції сленгізмів в англійській мові.

Предмет дипломної роботи – особливості перекладу одиниць сленгу в мовленні персонажів сіткому «FRIENDS» українською мовою.

Метою роботи є вивчення особливостей молодіжного англійського сленгу, а також аналіз його перекладу українською мовою.

З поставленої мети випливають наступні **завдання:**

− виявити основні способи утворення сленгу в сучасній англійській мові;

− простежити історію розвитку сленгу і визначити його статус в сучасній англійській мові;

− розглянути функціонування сленгу в англійській мові;

− провести класифікацію основних способів перекладу сленгу;

− проаналізувати переклад сленгових одиниць в залежності від літературного жанру;

− визначити особливості кіноперекладу;

− дослідити специфіку перекладу одиниць сленгу в мовленні персонажів сіткому «FRIENDS» українською мовою.

Теоретична новизна дослідження полягає в тому, що системні і семантичні особливості загального сленгу англійської мови, в зв'язку з її безперервним розвитком, недостатньо досліджені. Мова, як і світ навколо нас, розвивається і змінюється дуже швидко. Сленг як найбільш динамічний пласт лексико-семантичної системи мови дуже швидко оновлюється, тому недостатня вивченість молодіжної лексики в певній мірі впливає на подальший розвиток мови, оскільки являє собою такий лінгвістичний феномен, що є унікальним прикладом взаємодії і взаємовпливу різних пластів лексики.

Практичне значення роботи полягає в тому, що її результати можуть бути використані на теоретичних і практичних заняттях з лексикології, а також на практичних заняттях з англійської мови та перекладацького аналізу. Результати дипломної роботи стануть в пригоді для вирішення проблеми визначення, основних відмінних рис та сутності сленгу.

Матеріали для аналізу – за основу взято сценарій сіткому «FRIENDS», тексти серій англійською, та їх переклад українською мовою.

РОЗДІЛ 1.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СЛЕНГІЗМІВ ЯК ОДИНИЦЬ МОВИ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

1.1 Основні причини виникнення та використання сленгу

Сленг існує досить давно. Навіть в латинських і грецьких мовах сленг був присутній, саме так у різних куточках світу люди завжди намагалися урізноманітнити своє мовлення, поповнюючи свій лексикон все новими і новими словами. Тож по одній з гіпотез можна вважати, що англійське слово «*slang*» виникло в результаті контамінації декількох коренів. Насамперед, воно співвідноситься з індоєвропейським коренем *lengh*. Порівнюючи з грецьким élégho «сварю», хетське link –«сварити», латинське langāt «сварити», «обзивати».

Сленг − невід'ємна і важлива частина сучасної англійської розмовної мови, у першу чергу в молодіжних колах. Англійський сленг, в свою чергу, своєрідний і неповторний. Сленгом може бути все, що завгодно: від приставки слова, до цілих словосполучень, тощо. Сленгізми з'являються швидко і побутують деякий час, а потім зникають, поступаючись місцем іншим, разом з новими віяннями та трендами у світі.

Сленг зазвичай відносять до соціальних діалектів. Діалект − це територіальний, тимчасовий або соціальний різновид мови, яку вживає обмежене число людей і відрізняється за своїм творенням (фонетики, граматики, лексемного складу і семантиці) від мовного стандарту, який є соціально найбільш престижним ніж діалект. Мовний стандарт − зразкова,

нормалізована мова, норми якої сприймаються як «правильні» і загальнообов'язкові, що протиставляється діалектам.

На сьогоднішній день в лінгвістиці не існує єдиного тлумачення терміну «сленг». Проблемою вивчення сленгу займались такі вчені як Е. Партрідж, С.Б. Флекснер, К.В. Фріман, Дж. Б. Ґрінов, Дж. К. Хоттен, Г.Л. Менкен, Селіванова О.О, Хомяков В.А, Ставицька Л.О, Россихина М.Ю і багато інших. Кожен з них досліджував термін «сленг» як такий, а також досліджували його особливості. Лінгвістичний енциклопедичний словник [52] тлумачить це поняття як аналогічне жаргону, а також як сукупність жаргонізмів, які складають шар розмовної лексики, що відбиває грубувато-фамільярне, іноді гумористичне ставлення до предмета мовлення. У словнику лінгвістичних термінів [15] сленг розглядається як слова, які часто визначаються як порушення норм стандартної мови. Це дуже виразні, іронічні слова, що служать для позначення предметів, про які говорять в повсякденному житті.

На сучасному витку розвитку мова розглядається як найпотужніший засіб налагодження стосунків між людьми в різних сферах суспільства. Мова як основний засіб спілкування, дає інформацію про її носія, культуру, країну та історію, а також відображає всі зміни в суспільстві. У цьому сенсі, мова молоді найбільш повно відображає високий рівень життя людей в суспільстві. В англійській мові, в залежності від контексту, одне слово може мати, ряд абсолютно не схожих за змістом значень. Така багатозначність знайшла своє відображення і в молодіжному сленгу. Сленг в англійській мові відіграє досить важливу роль, яка визначає розвиток всієї мови в цілому, його своєрідність і відмінність від інших мов світу. Крім цього, сленг в англійській мові виводить спілкування на зовсім новий рівень, не використовуючи класичних конструкцій і граматичних основ. А це говорить про те, що люди можуть спілкуватися більш розкуто і розуміти один одного з півслова. Звичайно, у кожному

поколінні є свої сленг і барвистість, тож люди старшого віку не завжди зможуть зрозуміти про що розмовляє молодь використовуючи сленг.

Через багатозначність та велику кількість сленгових виразів в англійській мові велика вірогідність, у перший час, в них заплутатись. Оволодіти сленгом – значить зрозуміти граматику різних мовних стилів, вміти застосовувати це все в комплексі в потрібний час і в потрібному місці. Щоб уникнути жорсткості і вульгарності у своєму спілкуванні, краще підбирати синоніми для пом'якшення фраз, тоді в будь-якій компанії ви будете залишатися на висоті. Слід не плутати нецензурну лексику зі сленгом. Ці дві категорії слів дуже сильно відрізняються. При використанні відвертої нецензурної лексики ймовірність справити хороше враження на компанію буде дорівнювати нулю.

Узагальнюючи вищесказане, можна зробити висновок, що англійський сленг для людини, яка розмовляє українською мовою – це хороший спосіб продемонструвати свій рівень знання іноземної мови. Однак застосовувати його потрібно правильно, використовувати не жорстку форму, а робити акцент саме на граматиці. Обов'язково потрібно вчити мову, а потім вже сленг, як її доповнення та розширення мовного запасу.

Що до української мови, сленг наших підлітків і відповідного шару населення, в більшості випадків, поповнюється від натиску слів іноземного походження. Уживання сленгових слів у середньостатистичного підлітка в Україні складає більш ніж 50% від усієї розмови [25]. Український сленг є феноменом нашої культури, його побутування обмежене віком та соціальними рамками, що з роками мають тенденцію до змін. З початку XX століття можна відзначити три інтенсивні хвилі розвитку сленгу, що співпадають з трьома хвилями розвитку самої мови.

Сленг був досить поширеним явищем, він є засобом спілкування різних верств населення, а сформувався він досить давно. У XVIII-XIX ст. на

Полтавщині було поширене явище, яке називалось «лебійською мовою». Цим «сленгом» користувались сліпі бандуристи і він був незрозумілим місцевим жителям. Лебійській мові були притаманні як і нововведення, так і деякі зміни тогочасних слів. Деякі слова збереглися до сьогодення і у сучасній сленговій лексиці. Наприклад, «*лахати*» –сміятися пішло від «дерти лаха» − сміятися. Слово «*кльово*» теж походить з часів кобзарювання і спочатку вимовлялось як клево.

Для розмовної мови притаманна інтенсивність і рухливість, тому будь-яка зміна в релігійному, соціальному чи побутовому житті людей одразу віддзеркалювалась на слензі. Цим пояснюється, що сленг молоді 50-х, 60-х років XX століття не зрозумілий молоді в наш час.

У 60-х, 70-х, 80-х роках те, що вважалося сленгом, тепер використовується людьми на повсякденному рівні. Сленг кожної історичної епохи відбивав риси часу. Сленг 60-х був наслідком підвищеного інтересу до наркотиків, популярної музики, постійної ейфорії. Сленг 70-х містив велику кількість епітетів, що стосувалися невдах: «*wally*» − «тюхтій», «*nurd*» − «зубрило», тощо.

У 80–90-х рр. XX ст. відбувся «жаргонний вибух», тобто перехід жаргонних елементів у комунікативний простір різних соціальних прошарків етносоціуму. Науковці розглядають це як «непрямий протест проти сомнамбулічної масової свідомості та українського стереотипу [44, 31-34].

Кінець XX – поч. XXI ст. позначився демократизаційними процесами у царині мовного самовираження людини, вивільненням творчих ресурсів мовної особистості, що стало наслідком прагнення сучаснї мови до нестандартної лексики. Існування української філології в умовах тоталітарного режиму призвело до вивчення української мови, що відповідає стандартам влади, а не

такою, якою вона є, тому і сленг – нелітературний пласт лексики – упродовж тривалого часу сприймався як «словесне хуліганство» [16, 348].

У добу творення незалежної держави, у зв'язку із закріпленням Конституцією України статусу української мови як державної мови, питання культури набуває особливої ваги. Поява у мовленні великої кількості слів, жаргонів та їх використання в різних соціальних групах виникає внаслідок криміналізації суспільства, що змушує замислитися над проблемою неповноцінності мови. Ця проблема є актуальною і сьогодні.

Отже, основним способом творення сленгової лексики є калька (повне запозичення), напівкалька (запозичення основи), переклад (з використанням стандартної лексики в особливому значенні). Невичерпним джерелом сленгу є засоби масової інформації. Порівняно новим явищем стало впровадження сленгу не тільки через бульварні, але і через досить респектабельні засоби масової інформації, телебачення та інтернет. В умовах технологічної революції кожне нове явище повинне одержати своє словесне позначення, свою назву. Фільми, радіо і телепередачі, пісні, стиль мовлення персонажів деяких авторів – все це є джерелами сленгу. Потужним джерелом формування лексичного складу, власне українського сленгу, є й метафоризація (*баклажан* – алкоголік, *шухляда* – щелепа, *крутелик* – так званий «новий українець»).

Але найбільш продуктивним джерелом поповнення молодіжного сленгу є слова загального вжитку, що набувають у розмовному стилі нового специфічного значення: *бомба* – шпаргалка, *шнурки* – батьки, *капсули* – сусіди, *труба* – мобільний телефон. На жаль, досить великою і стабільною є група слів, і словосполучень явно кримінального походження. Доречно зауважити, що найбільшого впливу кримінального лексикону молодіжний сленг зазнав у 90-ті роки.

Сленг розвивається, змінюється дуже швидко. Це утворення, яке може як легко утворитися, так і зникнути. Ці всі зміни відбуваються для спрощення усної мови та її розуміння. Сленг − живе та динамічне утворення. Його використовують у різних сферах суспільного життя. Це важлива частина мови, яка допомагає «тримати» її «живою».

Вперше термін сленг зі значенням «мова низького або вульгарного типу», що означало мову нижчіх верств населення, був засвідчений в Америці у 1756 році. Починаючи з 1818 року, поняття сленг стали розуміти як мову високорозмовного типу, що вважається нижче рівня стандартного мовлення і складається або з нових слів, або з сучасних слів, які вживаються в якомусь спеціальному значенні. Початок XIX століття в англійській лексикографії ознаменувався появою нового терміна, що швидко поширився серед лексикографів і став уживатися ними для позначення таких слів, які з певних причин не визнавалися як літературні одиниці словникового складу англійської мови. Цей термін і отримав назву сленг.

Виникнення сленгізмів залежить від багатьох факторів:

− розвиток суспільства;
− характерна культура місцевості;
− спосіб життя відповідної верстви населення;
− різноманітність соціальних груп;
− способи заробітку тощо.

Згідно вище вказаних пунктів, сленг став частиною лексики, що виражала нові соціальні категорії, нові форми соціальної нерівності, взаємовідносини, різний спосіб життя, традиції та відображала вагомий розрив між верствами населення навіть на рівні мовної комунікації. У суспільстві сленг використовується в основному для того, щоб досягти дружньої ненав’язливої атмосфери в тій чи іншій ситуації.

Помітний внесок у дослідження сленгу в першій половині XX ст. зробив Е. Партрідж. Широке визнання отримали його праці, в яких сленг розглянуто з лінгвістичних позицій глибоко і різносторонньо. У другій половині XIX ст. дослідженню теоретичних питань з англомовного лексичного субстандарту на американському ґрунті, зокрема сленгу, приділялось недостатньо уваги. У першій половині XX ст. певний внесок у вивчення сленгу на американському ґрунті зробили Г. Л. Менкен, Дж. Б. Гріноу і Дж. Л. Кіттрідж та Л. Блумфілд.

Е. Партридж вказує, що приблизно з половини минулого століття термін сленг став загальноприйнятим значенням для “illegitimate” colloquial speech, тоді як до 1850 року цим терміном називали всі різновиди vulgar language except cant. Слід зазначити, що з терміном сленг нетермінологічно вживати такі синоніми сленга як *argot, jargon, flash, gibberish, cant* (арго, жаргон, виблискування, тарабарщина, кент) [56, 2-3]. Спочатку сленг вживався як синонім до терміну кент, пізніше – до терміну арго. Як лінгвістичний термін, сленг відсутній в словнику С. Джонсона, який був опублікований в 1755 році. В першому стандартному словнику Н. Уебстера, виданому в Америці в 1828 році, термін сленг приведений з поясненням low, vulgar, unmeaning language. Показовим є те, що термін з`явився вперше в спеціальному словнику, а вже потім став використовуватись у тлумачних словниках загального типу.

Е. Партридж і його послідовники, такі як Дж. Гріноу і К.І. Кіттрідж розглядають сленг як свідоме, навмисне вживання елементів загальнолітературного словника в розмовній мові в чисто стилістичних цілях: для створення ефекту новизни, незвичайності, відмінності від визнаних зразків, для передачі певного настрою, для додання висловленню конкретності, жвавості, виразності, зримості, точності, стислості, образності, а також щоб уникнути штампів, кліше. У слензі, на їхню думку, широко використовуються ономатопея (звуконаслідування), словоскладання, скорочення складу слова, перетворення імен власних в загальні, запозичення, народна етимологія, а

також новоутворення. Таким чином, сленг визнається антиподом літературної мови і ототожнюється частково з жаргоном, а частково з профессионализмами і з розмовною мовою [56].

Англійські етимологи спочатку пов'язували slang з таємною мовою циган, де було відзначено подібне за звучанням слово: циганське *slang* − «мова» [55]. Однак ця етимологія протрималася тільки до кінця XIX в. У XX ст. з'явилися інші версії.

1.2 Основні підходи до визначення поняття «сленг»

Сленг є особливою частиною емоційно-забарвленого шару лексики і та невід’ємною складовою будь-якої мови, він − своєрідний показник змін у суспільстві, що реагує на новітні тенденції та явища, відображає суспільнокультурний фон окремо взятої епохи, який розуміють у повній мірі лише її представники. Іншими словами, сленг – це набір спрощених або образних слів і словосполучень для позначення особи дій, понять та явищ, які вже існують в мові. Мова постійно змінюється, удосконалюється та поповнюється новими словами і термінами при реорганізації тих чи інших мовних явищ. Суспільство активно відкидає застарілу лексику і замінює її новою згідно нових тенденцій [55, 8].

На сьогоднішній день існує багато підходів до трактування поняття «сленг». За визначенням Бацевича Ф. С, сленг – це історично сформований, проте доволі неоднорідний та нестійкий пласт специфічної лексики та фразеології, що є властивою одній обмеженій професійній, соціальній чи іншій особливій групі населення, має чітку емоційно-експресивну забарвленість.

Найчастіше він використовується для створення ефекту новизни, передачі певного настрою мовця, надання висловлюванню конкретності, точності, виразності та жвавості, а також використовується для уникнення штампів та кліше літературної мови [2, 123].

Д. Гріноу і Д. Кіттрідж охарактеризували сленг як бродягу, який «тиняється в околицях літературної мови і постійно намагається знайти собі дорогу в саме вишукане товариство» [46, 42].

Сленг – англійський термін, що посідає особливе положення серед соціальних діалектів в англійській мові. До цього часу існує термінологічна плутанина відносно поняття сленг та етимології.

Дж. К. Хоттен вважає, що одною з перших етимологій стало зведення слова slang до циганського slang «мова» [55, 52]. За В.О. Хом'яковим, найбільш правдоподібною є гіпотеза Е. Партріджа, який уважає, що слово *slang,* найімовірніше, співвідноситься з дієсловом *to sling – to utter*, що підтверджує існування такого сполучення, як *sling words,* засвідченого ще в епоху Чосера, а також пізніх сленгових сполучень з тим же дієсловом [39, 104].

Хоча сленг є універсальним лінгвістичним явищем, зумовленим низкою екстралінгвістичних та лінгвістичних чинників, варто також зазначити, що він представлений різною кількістю одиниць в різних мовах. С. В. Лазаревич оцінює роль сленгу в мовленні середнього американця як приблизно 10% від його вокабуляру, тоді як український сленг – явище малорозвинене та маловивчене, що відображається у мовленні українців та при необхідності знайти український відповідник під час перекладу сленгу іншомовного походження [22, 22]. На думку Судзиловського Г.А., сленговій лексиці притаманні такі особливості [35, 9-10]:

1. Сленг – це категорія загального поширення, що перебуває як поза межами загальноприйнятих мовних норм, так і за межами діалектів загальнонаціональної англійської мови.

2. «Тривалість життя» сленгових одиниць може варіюватися в залежності від специфіки їх утворення та факторів існування.

3. Сленг включає в себе, з одного боку, шар специфічної лексики і фразеології професійних говорів, соціальних жаргонів і арго злочинного світу, та, з іншого боку, шар широко розповсюдженої і загальнозрозумілої емоційно-експресивної лексики та фразеології не літературної мови.

4. Сленг є свідомим та навмисним вживанням з боку мовця елементів загальнолітературного стандарту в розмовній мові для суто стилістичних цілей: створення ефекту новизни, незвичайності, відмінності від загальновизнаних зразків, передачі певного настрою мовця, надання висловлюванню конкретності, жвавості, виразності, точності, стислості, образності, а також для уникнення штампів та кліше.

5. За допомогою сленгових виразів у мовлення впроваджуються певні елементи мовної гри.

6. Фамільярно-емоційне забарвлення багатьох слів і виразів сленгу відрізняється великою різноманітністю відтінків. В залежності від контексту та підбору сленгової лексики висловлювання мовця може стати більш жартівливим, іронічним, глузливим, презирливим, грубим і навіть вульгарним.

Сучасний сленг стає різноманітним завдяки різним культурам та новим технологіям, що створюють найрізноманітніші варіанти сленгу. Перехід сленгу в літературну мову стає доволі частим явищем. Матеріал дослідження також показав, що у деяких випадках мовець вигадує новий вираз, а в деяких бере вже наявний і робить його яскравим. Г. Менкен з цього приводу наводить у своїй праці, присвяченій американському варіанту англійської мови, приклади деяких

фраз Ф. Рузвельта, жодна з яких не була новою, але особливий талант Рузвельта зробив кожну з них гострою та іронічною, дозволивши їм стати частиною сленгу [49, 306].

1.3 Загальний та спеціальний сленг

Науковці досі не можут дати точного визначення поняття "сленг", термінологічної чіткості в описі даного явища такоє немає. Спочатку поділ сленгу на загальний та спеціальний застосовувалося лише фахівцями романо-німецької філології але, з плином часу, завдяки популярності самого терміна «сленг» у сучасній русистиці, подібне розмежування стало використовуватись і стосовно російської мови [34, 113–115].

Під сленгом розуміють особливий шар нелітернатурної лексики та фразеології, який лежить за межею літературної розмовної мови. У свою чергу сленг поділяється на два види: загальний та спеціальний. Одна з основних відмінностей загального сленгу від спеціального полягає не в його наближеності до літературної норми, а в його спеціалізації, у відсутності в нього закріпленості за певним соціальним колективом. В той же час ні одна з ознак літературної норми не притаманна сленгу.

Якщо дивитися з точки зору соціолінгвістики, вагомою відмінністю загального сленгу від спеціального є те, що вони пов’язані з різними вимірами соціальної варіативності мови – стратифікаційним та ситуативним. Одиниці спеціального сленгу пов’язані з різноманітними аспектами його соціальної диференціації, з соціальною стратифікацією суспільства – соціально-груповою,

професійною, соціально-демографічною. Вільне володіння спеціальним сленгом − наслідок належності до певної соціальної групи, визнання її психологічно-соціальних установок. Так, наприклад, для спеціального сленгу характерні протиставлення, так би мовити, своїх чужим. У молодіжному слензі існують слова, що означають чужака, який не поділяє трендові вподобання соціальної групи, який не здатний пристосуватися до неї: *drip* – someone who is boring and weak; *kook* – someone who is silly or crazy; *lame* – someone who is boring [18, 224].

В той же час розповсюдження одиниць загального сленгу не обмежене рамками того чи іншого компоненту соціальної структури. Ці одиниці є взаємозмінними, вони відображають ситуативно-стилістичну забарвленість мови. Тому їх можна використовувати представникам найрізноманітніших соціальних прошарків.

Е. Партрідж, трактує сленг як «наявні в розмовній сфері вельми неміцні, нестійкі, не кодифіковані, а часто і зовсім безладні і випадкові сукупності лексем, що відображають суспільну свідомість людей, що належать до певної соціального або професійного середовища» [56, 86].

Різні дослідники розглядають сленг як навмисне вживання елементів загальнолітературного словника в розмовному мовленні з суто стилістичною метою: для створення ефекту незвичайності, новизни, , відмінності від визнаних зразків, для додання висловлюванню конкретності, для передачі певного настрою мовця, жвавості, виразності, точності, стислості, образності. Такоє, одна із основних причин використання − щоб уникнути штампів, кліше, які виникають через використання таких стилістичних засобів, як метафора, метонімія, синекдоха, літота, евфемізми. Таким чином він підкреслює, що сленг урізноманітнює та підсилює емоційне забарвлення мови.

В. Хомяков з приводу сленгу висловився так: сленг – відносно стійка для певного періоду, широко поширена і загальнозрозуміла соціальна мовна мікросистема в просторіччі, вельми неоднорідна за своїм генетичним складом і ступенем наближення до фамільярно-розмовної мови [39, 12]. В Академічному тлумачному словнику подано таке визначення: розмовний варіант професіонального мовлення; жаргон. У ще одному визначенні сленг – це жаргонні слова або вирази, характерні для мовлення людей певних професій або соціальних прошарків, які, проникаючи в літературну мову, набувають помітного емоційно-експресивного забарвлення [7, 350]. На нашу думку ці визначення цілком нейтрально описують сленг, ототожнюючи його з жаргоном. Варто відмітити, що у другому визначенні сленг все ж таки позиціонують як емоційно-експресивний елемент літературної мови.

В.Г. Вілюман [8, 47], який займався проблемою сленга, сформулював деякі його важливі особливості. Автор запропонував розрізняти:

1) Загальний сленг, тобто, той, що знаходиться за межами літературної мови, загальнозрозумілі та широкоросповсюджені у розмовній мові образні слова та словосполучення емоційно-оцінкового відтінку. Ці слова претендують на новизну та оригінальність в якостях, які виступають синонімами слів та словосполучень літературної мови.

2) Спеціальний сленг, тобто слова та словосполучення того чи іншого професійного, чи-то класового жаргону.

Загальний сленг має ряд рис, що відрізняються, які можна виявити при співставленні висловлювань про сленг зарубіжних та вітчизняних англістів. Ці риси слід враховувати, щоби запобігти суб`єктивних тверджень. Назвемо основні:

− загальний сленг широко розповсюджений і зрозумілий для всіх соціальних верств населення;

− має яскраво виражений емоційно-оцінковий характеер з домінуванням експресивної функції над номінативною (проста назва предметів та явищ);

− відносно стійкий для визначеного періоду, хоча сленгізми і переходять легко в колоквіалізми, а також зникають з вжитку;

− неоднорідний по своєму генетичному складу, будучи створеним з різноманітних джерел (жаргони, кент, професіоналізми, варваризми тощо);

− неоднорідний по ступеню наближення до фамільярно-розмовної мов, хоча в цілому він протистоїть їй як компонент просторіччя;

− іноді має фонетичні, морфологічні та синтаксичні особливості;

− відрізняється генетично та функціонально від спеціального сленгу (кента, жаргону, близьких до кенту мовних утворень) [39,104].

Загальний сленг – це відносно стійка для певного періоду, широко розповсюджена та загальнозрозуміла соціальна мовна мікросистема в просторіччі, досить неоднорідна по своєму генетичному складу та мірі наближення до фамільярно-розмовної, з яскраво вираженними емоційно-експресивними відтінками, які часто представляють собою насміх над соціальними, етичними, естетичними, язиковими та іншими умовностями та авторитетами.

До загального сленгу можуть переходити різні лексичні одиниці. Так, у його склад входять такі пласти лексики:

− запозичення з різних мов: з івриту; з англійської;

– запозичення з жаргонів різних соціальних та професійних груп, з професійних жаргонів;

− з тюремного, злодійського жаргону та жаргону кримінальних угруповань;

− з жаргону наркоманів, повій, представників сексуальних меншинств та інших асоціальних угруповань;

− використання професійних термінів;

− запозичення з молодіжного жаргону;

− деривати слів літературної мови;

− похідні метафоричні значення літературних слів;

− фразеологічні одиниці, образні слова та висловлювання: *бісити до трясучки, по барабану, вискочити заміж, ні слуху ні духу, дохлий номер* тощо.

Наявність вищезгаданих пластів лексики у складі загального сленгу є додатковим аргументом, що свідчить про самостійності загального сленгу та його відмінності від міського просторіччя, склад якого не є настільки різнорідним. Це зумовлює ще одну відмінну рису загального сленгу: його вторинність, або похідність, оскільки сленг запозичує матеріал, як було зазначено вище, з соціально-групових та соціально-професійних жаргонів, однак крім жаргонів включає окремі просторічні і навіть вульгарні слова. Слід зазначити, що за такого запозичення відбувається метафоричне переосмислення та розширення значення запозичених одиниць, чого не можна сказати про міське просторіччя [26, 4–8]. Сленговим словам властиві завищена експресія та мовна гра.

Додатково загальний сленг можна охарактеризувати такими ознаками:

− загальним сленгом користуються освічені люди у ситуаціях невимушеного спілкування, а просторіччя притаманне малоосвіченим людям, не знайомим із літературним стандартом;

− сленг застосовується у серйозних, авторитетних друкованих виданнях, чого не можна сказати про міське просторіччя;

− характеризується великою різноманітністю що входять до його склад пластів лексики;

− наявність «синтетичного сленгу» – сленгу, який популяризується на вершині «соціальної піраміди».

З усього вищесказаного робимо висновок, що *загальний* сленг − це самостійне явище, відмінне від міського просторіччя. Крім того, відносна новизна загального сленгу визначає перспективи його подальшого глибокого вивчення та теоретичного обґрунтування.

Спеціальний сленг − слова та словосполучення, що входять до тієї чи іншу спеціальну чи професійну лексику: сленг моряків, солдатів, спортсменів, акторів, юристів, студентів тощо. Сюди входить сленг різних соціальних угруповань, світський жаргон, слова та вирази, прийняті у закритих навчальних закладах, злодійський жаргон тощо [8, 59]. Після В.Г. Вілюмана подібний підрозділ наводиться в деяких роботах російських та українських англістів.

Спеціальний сленг має більшу функціональність порівняно із загальним сленгом. Як і будь-яка лексична одиниця, він виконує три базові функції: комунікативну, когнітивну та номінативну. Крім цих функцій, спеціальний сленг виконує такі:

− екпресивно-виразну − як і загальний сленг, служить для створення образності та барвистості в мові;

− оціночну − так само дозволяє висловлювати свою думку;

− світоглядну − використовується для вираження своїх переконань в залежності від різних характеристик того, хто говорить;

− езотеричну (криптофункцію) − найбільш відмітна функція спеціального сленгу. Вона виявляється у бажанні тих, хто говорить, «зашифрувати» своє повідомлення, щоб його сенс не був доступний для розуміння людей, які не

входять до певного кола. Найбільш яскраво ця функція виражена в арго злочинного світу, де наявність спеціального «коду» є життєво необхідною для членів групи та визначає успіх їхньої комунікації;

− ідентифікаційну, яка тісно пов'язана з езотеричною функцією і дозволяє людині заявити про свою приналежність до певної групи;

− економії часу – дозволяє забезпечити вищу швидкість комунікації за рахунок використання більш ємних, лаконічних понять чи скорочень, значення яких відоме учасникам тієї чи іншої групи.

Сферою використання спеціального сленгу є насамперед різні професійні спільноти (як у усній, так і письмовій мові).

Отже, загальний сленг − це в деякому розумінняі побутова мова, зрозуміла для всіх і поширена. Загальний сленг є досить нестійким. Він має емоційне, експресивне забарвлення з оцінюючим відтінком. Спеціальний сленг складається з різноманітних слів, виразів. Він включає в себе жаргонізми, вульгаризми, арго, що використовуються в злочинному світі та професіоналізми.

1.4 Різниця між жаргоном та сленгом

Жаргон (з франц. *jargon* – базікання) – особливості мовлення певної соціальної, вікової або професійної групи людей, пов’язаних тривалим перебуванням разом або певною спільністю інтересів. Від літературної мови жаргон відрізняється специфічною лексикою та вимовою, хоч і не має власної

фонетичної та граматичної системи. Єдиний різновид жаргону, який має переважно письмову форму в той час, як інші жаргони представлені в основному усними формами, − комп'ютерний. Жаргонізми – слова або вислови, вживані представниками певної соціальної або професійної групи.

«Жаргон − це соціально маркована лексика. У професії журналіста, водія чи науковця є нормативний ряд, який використовується для офіційного спілкування, а є знижений, фамільярний з модусом жаргону як засобу сміхового олюднення світу. Жаргон є розмовною лексикою, що побутує в певному корпоративному середовищі. Спілкуючись одне з одним, ми виробляємо особливий субкод, який об'єднує нас, відокремлює від інших і є розпізнавальним знаком: ми − свої, ми належимо до одного середовища», − пояснює Л. Ставицька [32, 164–169].

Погляди вчених на його етимологію розходяться. Багато хто вважає, що етимологія терміна до кінця не з'ясована і є неясною [30, 128].

А.Д. Мульхослер [49] зводив жаргон до французької лексеми *jars* («гусак»), А. Доза [12] – до дієслова *gargouiller* («булькати, дзюрчати). В.О. Хом'яков [39, 61] звертає увагу на етимологію Скіта, прийняту в англійській лінгвістиці: «Жаргон – заплутана мова. На французькій визначення жаргону – щебетання птахів». Існуючі версії етимології слова жаргон певною мірою розкривають його сутність та функціональне призначення [37, 120].

За М. Фасмером, жаргон походить від французького *jargon* «наріччя, жаргон», яке утворюють від гало-романського *gargone* «базікання» [36, 35].

У французькій лінгвістиці на кінець XVII ст. на зміну терміну жаргон приходить термін арго. До зазначеного періоду мову соціальних груп іменували *jobelin, jargon jobelin, jargon* [28, 29-31].

Слово жаргон було запозичене українською мовою з французької в середині XIX ст. У лінгвістичний ужиток терміни жаргон і арго проникають

тільки на початок XX ст., приходячи на зміну термінам умовне наріччя, умовна мова, таємне наріччя, таємна мова, байкова мова, музика та ін., що використовувалися в XIX ст. [21, 66]. У радянському мовознавстві, замість уживаного в зарубіжжі терміна сленг, широко вживався жаргон на означення явищ диференціації мови, що мають вужчу соціальну базу (військовий жаргон, жаргон моряків, студентський, молодіжний тощо) [44, 197].

Наприкінці XX ст. в русистиці вводиться новий термін загальний жаргон – корпус лексики і фразеології, що втратили закріпленість за мовною практикою обмежених соціальних груп [40]. Л.О. Ставицька виділяє термін жаргонізована розмовна мова – окремі включення сленгізмів на тлі нейтральної або фамільярної лексики [33, 45]. За спостереженням О.О. Селіванової, наприкінці XX ст. в лінгвістиці з'являється новий термін – інтержаргон. Він формується на межі різноманітних жаргонів. Відноситься до соціолекту як загальний жаргон, що в масовій свідомості значно послабив зв'язки з первинними сферами вживання, однак не втратив своєї стилістично зниженої маркованості [31, 331].

Дж. К. Хоттен зафіксував цілу низку жаргонізмів, зокрема: соціальнопрофесійні: (військово-) морський жаргон, військовий жаргон, театральний жаргон, жаргон друкарів, жаргон юристів; соціально-корпоративні: жаргон університетський, шкільний жаргон, злодійський жаргон, боксерський жаргон, жаргон бродяг, парламентський жаргон та ін. [48].

Дж. С. Фармер і У.Е. Хенлі фіксують жаргони:

1) соціальностратифікаційні і в їх складі, зокрема, загальний жаргон або сленг;

2) соціальнопрофесійні;

3) соціально-корпоративні [46].

У США в другій половині XIX ст. побутують професійно-корпоративні жаргони: університетський, гравців в азартні ігри (*gamblers*), більярдистів (*billiard-players*), брокерів (*brokers*) і боксерів (*pugilists*).

На початку XX ст. Дж. Б. Гріноу і Дж. Л. Кіттрідж виділяють жаргони гуманітарних наук, філософії, релігії, школярів, студентів, моряків, різних професій, торговців, соціальних класів, державних службовців, мистецтва, спорту [46].

Слово жаргон було запозичено російською мовою з французької в середині XIX ст. У лінгвістичний ужиток слово жаргон потрапило тільки на початоку XX ст. [21, 66]. У другій половині XIX ст. і на початку XX ст. в Росії побутують жаргони шахраїв, злодіїв, різних професій (кравецький і перукарський, крючників, відходництва, книжкової торгівлі та ін. [20, 188], робітників фабрик і заводів, селянський, солдатський, молодіжний, бурсацький, кадетський, гімназичний, інститутський, училищний, студентський, шкільний та ін. Жаргонним утворенням є так звані класові мови – дворянська, купецька та ін.

В Україні на кінець XVIII ст. і впродовж XIX ст. побутує бурсацькосемінарський жаргон [32, 26]. У XIX ст. і на початку XX ст. засвідчено кримінальний, професійний жаргони. Л.О. Ставицька [32, 171] виділяє дві мовні стихії побутування кримінального жаргону в Україні:

1) західноукраїнський кримінальний жаргон, тісно пов'язаний з польським, чеським та німецько-їдиш;

2) кримінальний жаргон Центральної та Східної України, пов'язаний з відповідним жаргоном російських міст чи Сибіру.

Джерела жаргонної лексики можуть бути різними. Насамперед жаргони використовують слова місцевого діалекту, часто надаючи їм незвичайного і специфічного значення. Для утворення жаргонних слів широко

використовується переосмислення значень. Значно рідше слова утворюються на основі звуконаслідування. У низці випадків виникнення нових слів і значень виявляється опосередкованим наявністю інших жаргонних слів.

Молодіжний жаргон – це не національна особливість однієї мови, а інтернаціональний феномен. У різних країнах молодіжний жаргон розвивається аналогічно: від окремого жаргону до єдиного молодіжного жаргону [29, 89-95]. Основними ознаками мови молоді являються: особливості семантики, емоційно-експресивна (частіше негативна) забарвленість, образність, незвичайність звучання, метафоричний зсув, фразеологізація, евфемізація, гра слів [27,19], регулярність використання в молодіжному дискурсі.

Жаргон породжується соціально-психологічною спільністю його носіїв – звичайно молодих людей, яким притаманні «емоційна надмірність», максималізм, своє уявлення щодо життєвих цінностей, норми поведінки, свій особливий стиль і манери (зовнішній вигляд, одежа, жести), почуття солідарності і «групового духу». Жаргон – і символ належності до цієї соціальної групи, і показник її своєрідного мовного існування, і лінгвістичний прояв субкультури [5, 72].

Жаргонна лексика так само, як усе в мові, історично мінлива. Жаргонні слова конкурують між собою. Усе менш виразне виявляється в значній мірі схильним до зникнення. Зміни в лексико-фразеологічному складі жаргону, тобто поява нових лексем і фразем та втрата старих, відбуваються порівняно швидко [10, 172].

Доля жаргонізмів різна: одні з них поступово або швидко зникають, другі переходять до складу розмовної або нормативної мови, треті продовжують використовуватися в жаргоні в тому або іншому значенні тощо. В основному, звичайно, жаргони відзначаються нестійкістю і швидкістю заміни найбільш

уживаної лексики. Недовговічність жаргону часто зв’язана з віковими особливостями носіїв мови, швидким зникненням усього менш виразного.

Таким чином, для жаргону характерна більш жорстка соціально-групова спрямованість. Частина такої лексики має відношення до особливої термінології, доступною для розуміння лише для певного кола людей. Відмінність жаргону від сленгу полягає в тому, що жаргонізми з’являються в конкретній групі, часто в зв’язку з якимись нововведеннями, розробками. Сленг ж, крім власного словотворення, нерідко бере свій матеріал з жаргону різних груп суспільства, відбираючи найбільш вживані та трендові. На підставі цього сленг іноді називають загальним жаргоном.

Сленг, завдяки своїй легкості і рухливості, більше асоціюється з молодіжної розмовною мовою, але чималою популярністю він користується і у людей старшого віку. Взагалі, в порівнянні з жаргоном, сленг відрізняється більшою масовістю. Його соціальна обмеженість хоч і присутня у деякій мірі, але є досить розмитою. Носіями одних і тих же сленгизмов можуть бути люди різних професій і освітнього статусу, люди що мають кримінальне минуле або ніколи не були втянуті у авантюри такого характеру.

У чому ж конкретно різниця між жаргоном і сленгом? Жаргон – щось більш чутко встановлене, багато слів в ньому з’явилися дуже давно. Сленг – прив’язаний до поточного історичного часу. Він блискавично реагує на зміни в житті суспільства і точно відображає останні тенденції в новій лексиці.

1.5 Особливості англійського молодіжного сленгу, його функції

Англійський молодіжний сленг представляє собою дуже цікавий лінгвістичний феномен, рамки якого обмежені не лише віком людей, а й соціальними, часовими і навіть територіальними кордонами. Він існує зазвичай в середовищі учнів, студентів та міської молоді. Як і всі соціальні діалекти, молодіжний сленг представляє собою лише лексикон, що існуєживе на фонетичному та граматичному підґрунті загальноприйнятих стандартів мови. Молодь вживає сленг у своєму мовленні тому, що бажає бути сучасною, відповідною усім стандартам суспільства, людиною. Сленг виражає товариськість і легкість спілкування.

Молодіжний сленг можна назвати груповим жаргоном. В англійській лексикографічній літературі ця мовна підсистема звичайно включається в спеціальний сленг, протиставлений загальному сленгу, що входить у загальновживане просторіччя. Молодіжний сленг, як правило, поєднує колективи його носіїв внутрішньо-груповими зв’язками [13, 78].

Велику частину молодіжного сленгу становлять лексичні одиниці, які фактично є дублетами нейтральних або розмовних одиниць. Дублети – подвійний різновид даної мовної одиниці. Такі лексичні одиниці не прийнятні для офіційного спілкування, а є зниженими дублетами-синонімами [19, 9] , наприклад:

− *ace boon coon, boogerhead, roaddog, chap, pal, fellow* – товариш, приятель;

− *buddy, guy, chum, mate, friend, associate* – друг, компаньон.

Також до цієї категорії можна віднести власно сленгізми, наприклад, такі як:

− *posse, dogpack, tribe, crew – one's circle of friends* – коло друзів;

− *buzz crusher – killjoy* – зануда; *kill, kari – make fun of* – підсміюватися.

Активні користувачі, а саме молодь, запровадила близько 30% сленгізмів, які являють собою лексику табу, що відноситься до сексуальної сфери [19, 10].

Одну з найбільших частин молодіжного сленгу становить лексика, що тісно пов'язана з вживанням алкоголю і вечірками. Приклади: *chill* – розслабитися; релаксувати; *have arms, chizzil* – влаштувати вечірку.

Розгянемо детальніше способи утворення лексичних одиниць у молодіжному слензі. В основному існують такі способи утворення сленгізмів:

− метафоричний перенос;

− запозичення.

Особливу увагу необхідно звернути на ту частину молодіжного сленгу, яка є емоційно забарвленою лексикою, у більшості своїх випадків з глузливою, іронічною або пародійною конотацією, що загалом є характерним для будь-якого професійного жаргону. Наведемо приклади: *mule with a broom і a very ugly girl* – мавпа і дуже потворна дівчина; *fruit і looser, stupid person* – валянок і дурень. Як видно з вищенаведених прикладів, в утворенні лексичних одиниць значну роль грає метафоричний перенесення [19, 11].

Вагому роль у процесі формування нових лексичних одиниць відіграють запозичення. До сленгу входить лексика запозичена з інших професійних груп, групових жаргонів та, в свою чергу, може слугувати невичерпним джерелом запозичень для таких же соціальних діалектів. Молодіжні колективи переймають розмовний стиль певних соціальних угрупувать, що користуються популярністю та є поведінковим орієнтиром. Так, чимало сленгізмів було взято з лексикона наркоманів. Наведемо приклади: *hooch, tree, buddak, cripps, doobie,*

hronik, smokey treat – марихуана; *get one's johny, blaze, burn, pull tubes, play monopoly* – палити марихуану [19, 11-12].

Твірними основами для одиниць молодіжного сленгу виступає лексика різних підсистем мови: літературна, діалектна, лайлива, іншомовна, жаргонна тощо. Виділимо шість типів функціонуючих у сучасному сленгу одиниць:

1) утворені від слів літературної мови в результаті полісемії;

2) утворені від лексичних одиниць літературної мови за допомогою афіксів, усіченням основи, складноскороченим способом і контамінацією слів;

3) запозичені з лексичного складу нелітературних форм рідної мови (просторічні, діалектні, лайливі);

4) запозичені з інших мов й уживані з різним ступенем засвоєння,

5) утворені від сленгових слів і ті, які отримали нове категоріальне значення (частиномовне або лексико-граматичне),

6) утворені від сленгових слів і ті, які набули нового модифікованого значення, здебільшого – словотворчі варіанти [31, 67].

Важливо у данному питанні більш детально розглянути шляхи словотворення в сучасному англійському слензі серед молоді:

1. Зміна значення первинної лексичної одиниці.

Цей спосіб утворення нових лексичних одиниць є одним з найважливіших — зміна значення первинної лексичної одиниці. У більшості випадків зміна значення виникає через перенос значення, а саме:

1) Метафора, оскільки метафорика – основний засіб словотвору сленгізмів. Саме за її допомогою утворюються найяскравіші та найуживаніші слова: *birdcage* – студентський гуртожиток; *zombie* – втомлена людина. В

метафориці часто зустрічається гумористичне трактування означуваного: *four-eyes* – людина в окулярах.

2) Метонімія: *visit lady Perriam* (відвідати леді Перріам) – піти до туалету. Чому саме таке значення? Історія полягає в тому, що леді Перріам подарувала коледжу будинок, де тепер розташований туалет.

Також характерним засобом словотвору є каламбурна підстановка: *braniac* – інтелектуал.

2. Конверсія – це утворення нової основи з вже існуючої шляхом переосмисленням останньої без будь-якої зміни її форми.

Розглянемо на прикладі дієслова «*to water*» – поливати. Дієслово було утворене конверсією від іменника «*water* – вода». Проекція основи іменника в основу дієслова призводить до того, що остання утворює форми часу (*I water, he waters, I watered, I have watered* і т.д.), тоді як відоснови іменника *water* не можна утворити множину.

3. Словоскладання. Найбільш знаковою рисою англійського та американського сленгу є перетворення ряду повнозначних слів у напівсуфікси. Так, слово monkey використовується як напівсуфікс зі значенням «робітник; механік»: *air monkey, broom monkey, company monkey, grease monkey, powder monkey, weed monkey, wheel monkey*. Слово *happy* перетворилося на напівсуфікс зі значенням «ентузіаст, любитель»: *adjective-happy, bomb-happy, brass-happy, buck-happy, cab-happy, car-happy, coin-happy, dough-happy, footlight-happy, gin - happy, jive-happy, power-happy, rock-happy, blue + stocking = bluestocking* зі значенням ‘вчена жінка’ [37, 59].

4. Морфологічни словотвір. Найбільш продуктивним є афіксальний тип словотвору. При утворенні сленгізмів використовуються ті ж суфікси, що й у нейтральній лексиці, але в тут вони здобувають ширших значень.

В американському слензі найпоширеніший суфікс – *er*. В середині XX сторіччя цей суфікс почав активно використовуватися у мовленні студентів Оксфорду, а потім одержав поширення і в інших університетах та коледжах. Наприклад: *reader* – шпаргалка; *sleeper* − курс лекцій.

Ще одним із активних видів словотвору є додавання типово іншомовних суфіксів, таких як:

1) –*ateria* /– *eteria*: *bookateria* – книжкова крамниця; *bobateria* – дамський салон;

2) – *ino*: *in gambolino* – азартний гравець; *lookerino* – красуня.

Більшу групу складають дієслова, що вживаються в стійкому сполученні з постпозитивами *down, off, out, up, around*. Найбільш вживаними є *out* і *up*: *wash out* – не скласти іспити, бути виключеним; *button up* – замовкнути, припинити розмову. Однак префіксальний словотвір – не властивий американському молодіжному сленгу [37, 59].

В молодіжному слензі спостерігається тенденція до спрощення, та економії мовних зусиль, що означає вживання коротких слів і скорочень лексичних одиниць. Слова, що піддаються скороченню, складають 12% молодіжних сленгізмів [19, 11].

В експресивно забарвлених скороченнях слова змінюються, залежно від заданої ситуації. Основні способи скорочень такі:

1) Усікання слів: *soph* = *sophomore* (другокурсник); *zam* = *exam* (іспит), Такий спосіб дуже поширений у молодіжних колах, коли у висловлюваннях прибирається тільки одне зі складових слів, яке несе семантичне навантаження, інше ж – опускається: *ret* = *tobacco cigarette*.

2) Ініціальні скорочення. Деякі з них мають конспіративну функцію: *B.D.S.* = *big dick syndrome* – самовпевнений. Зазвичай вони використовуються з

метою мовної економії: *B.F. = best friend* – найкращий друг; – *P.= parent* – батько. Часто такі форми мають жартівливо-пародійне забарвлення: *LS* and *players* – презирливе прізвисько студентів мічиганського колледжу з напряму літератури, природничих наук і мистецтв.

3) Стягнення. Даний спосіб досить незвичний, оскільки розрізняється першими компонентами при творенні слів, зміст других – повторюється у всіх словах і полягає в натяку на якусь наукову дисципліну [37, 59]. Наприклад: *zerology* – курс пустих лекцій, які можна не відвідувати.

Особливе місце серед одиниць сленгу займає досить велика, представлена вигуками, група. Ці вигуки надають експресивне забарвлення висловлюванню і слугують для того, щоб безпосередньо виразити почуття та інше. Найчастіше вони являють собою короткі вигуки або звуконаслідування та виражають різні ступені:

1) подиву: *bonk*!, *chyaa*!, *flip mode*!, *oh my goshness*!, *shnikies*!;

2) згоди: *bet*!, *dude*!, *shoots for real*!, *ah... ja*!;

3) незгоди: *bet*!, *dude*!, *negotary*!, *ta huh*!;

4) схвалення: *dig that*!, *cool*!, *score*!, *damm right*!;

5) зніяковілості: *sqeebs*!, *erf*!;

6) недовіри: *badand*!;

7) несхвалення: *boo*!;

8) схвилювання: *squish*!, *woochow*!;

9) відрази: *shiznet*!;

10) висловлювання радості: *woopty-woo*!;

11) способів привертання уваги: *yo*!

Існує понад 100 прикметників з оцінною конотацією, крім цього способу вираження емоцій, які роблять мову молоді експресивною та емоційно забарвленою. Прикладами прикметників з позитивною конотацією є такі: *awesome, bomb, biggity/diggity, boss, brad, chounch, coolarific, doke, dope, fantabulous, groovycool, killer* [23].

У сучасному світі серед лінгвістів немає єдиної точки зору щодо функцій, які виконує сленг. Деякі вчені виділяють три функції сленгу: комунікативну, номінативну і когнітивну. Інші дотримуються думки, що сленг виконує номінативну, коммунікатівно-емотівну, світоглядну, сигнальну функції. Виходячи з вивченого матеріалу, можна виділити наступні основні функції сленгу:

1) Комунікативна функція. Через те, що сленг є засобом спілкування людей, то він дозволяє комунікантові висловлювати свої думки, а реципієнту розуміти сказане, реагувати і відповідно змінювати свою поведінку у суспільстві.

2) Когнітивна функція сленгових лексичних одиниць, на думку Е.М. Берегівської, полягає у тому, що багато найменувань несуть в собі додаткову інформацію, відсутню в стандартних позначеннях, і за допомогою цього репрезентують додаткові знання про навколишній світ [3, 120.].

3) Номінативна функція позначається в словотворенні та збагаченні мови. Індивіди пристосовуються до будь-яких змін в суспільстві, в внаслідок чого нові, або вже існуючі явища нашому житті отримують свої назви, які співіснують до стандартів літературної мови.

4) Емоційно-експресивна функція полягає у вираженні емоцій, почуттів мовця щодо певного явища. У сленгових лексичних одиницях обов'язково присутні всі типи конотацій: емоційний компонент в більшості випадків іронічний, зневажливий.

5) Світоглядна функція. З вікових та професійних особливостей мови можна зробити висновок до їх приналежність до того чи іншого соціального середовища

6) Ідентифікаційна або сигнальна функція дозволяє скласти уявлення про соціальне становище, вік, походження та виді діяльності мовця. Більш того, використання сленгу сприяє встановленню та підтримці контактів з певною соціальною групою.

7) Функція економії часу. Сленг допомагає економити час і місце, завдяки використанню абревіація, скорочень як в усній, так і в письмовій мові [9, 34–37].

В усієї вищенаведеної інформації можна зробити висновок про те, що сленг виконує найрізноманітніші функції, але основною є емоціонально-експресивна. Пояснюється це тим, що сленг – це історично сформований розмовний, рухливий і експресивно забарвлений шар лексики, що відрізняється жвавістю, гнучкістю і дотепністю.

Класифікувати сленг можна за різними ознаками. Наприклад, за стилістичними ознаками слова сленгу можна поділити на звичайні, тобто нейтральні, та згрубілі, до яких входить нецензурна лексика. Важливим чинником у творенні сленгових лексем є спорідненість інтересів осіб, які формують різновид цього ненормативного утворення. За цією ознакою лексичні одиниці молодіжного сленгу можна поділити на такі, що вживаються:

– у середовищі людей, що мають справу з комп’ютерами.

У даному колі найчастіше використовуються слова англомовного походження. Пов’язано це насамперед тим, що англійська — мова комп’ютерних технологій. У процесі роботи з технікою деякі слова перейшли до української розмовної лексики. Так, у даній сфері можна почути слова:

апгрейд (поліпшення, модернізація комп'ютера), *масдай* (скрайній ступінь невдоволення), *юзер* (користувач) та інші.

– новотвори автомобільної тематики.

Найпоширенішими лексемами цієї групи є назви різноманітних автомобільних деталей та іншого обладнання: *баранка* (кермо), *тачка* (автомобіль), *резина, скати* (шини) тощо;

– у середовищі підлітків, які захоплюються музикою, часто вживають такі слова: *вертушка* (CD-програвач), *саундтрек* (мелодія, що супроводжує відеофільм);

Власний сленг мають книголюби, газетярі, спортсмени та ін. До того ж у кожній з названих груп можна виділити підгрупи. Наприклад, спортивний сленг поділяється на сленг футболістів, хокеїстів, плавців та ін. [11, 64].

Отже можна зробити висновок, що практично кожна група людей, яких об'єднують спільні інтереси, має свій особливий сленг, який реалізується у сленгових новоутвореннях і є притаманним лише цій групі. Це свідчить про те, що молодіжний сленг не є цілісною системою і включає в себе загальномолодіжний жаргон, що характеризує мову певного покоління. Сленг забезпечує близькість. Він часто виконує важливу соціальну функцію, яка полягає у виключенні або включенні людини у близьке оточення, вживанні тієї мови, яка функціонує у певному колі людей, у певній професії. Сленг – лексична інновація у певному культурному контексті.

На сучасному етапі розвитку мов сленг є одним з головних джерел поповнення словникового складу. Вчені зазначають, що елементи сленгу або швидко зникають, або входять у літературну мову. Запозичення слів та словосполучень сленгу і жаргонів у літературну лексику зумовлюється насамперед необхідністю поповнення експресивних засобів. Більшість одиниць сленгу і жаргонів – це літературні одиниці, які здобули специфічні

значення, тому запозичення з нелітературних підсистем в багатьох випадках веде до появи семантичних неологізмів.

Англійський сленг неповторний і живий. Він з'являвся і продовжує з'являтися в глибинах самої мови, в її соціальних сферах і вікових групах як прагнення до виразності, а іноді як протест проти довгого або набридливого слова. Серед молоді явно виражене бажання «зашифрувати» свою промову, а також просто прагнення зробити своє мовлення незвичайним на тлі літературних стандартів. Запозичення найпопулярніших слів із англійської мови постійно спостерігаються в українській мові.

Зазвичай іншомовні слова використовуються на позначення певних явищ, які не мають відповідників в українській мові, наприклад на позначення нової техніки та ін. Подібні іншомовні слова швидко пристосовуються до літературної мови разом із предметом, який вони позначають.

Таким чином, слід відзначити велику вагу англіцизмів у процесі формування словника сучасної молодої людини. Процес запозичення відбувається постійно, віддзеркалюючи нові реалії нашого життя, даючи їм нові найменування. Прийомом поповнення словникового складу мови нестандартною лексикою є семантична деривація, у результаті якої відбувається розширення смислового обсягу слова, літературного стандарту за рахунок появи в ньому просторозмовного лексико-семантичного варіанта.

В.Г. Вилюман в своїх роботах вважає, що основну роль в поповненні сленгової лексики англійської мови відіграє переосмислення слів в результаті їх переносного вживання, звуження і розширення значення. Багато сленгізмів виникають у результаті скорочення, словоскладання. З його спостережень також можна зробити висновок, що запозичення, які зазнали переосмислення і смислової адаптації, також можна вважати ефективним способом словотворення [8, 137-140].

Спосіб творення номенів шляхом семантичної деривації широко вживаний у молодіжному сленгу. Як і в літературній мові, використано здатність слова означати не одне, а кілька явищ дійсності, тобто існуюче слово набуває нового значення. Поява нових значень у словах викликана не тільки потребою найменувати нові предмети та явища, але й соціально значущою переоцінкою вже відомих предметів і явищ. Вторинна номінація побудована переважно на асоціативних зв'язках, уявленнях, які виникають у носіїв мови через необхідність називання чогось у навколишній дійсності шляхом уже існуючих у мові лексичних засобів. Схожість, яку покладено в основу цих перенесень, часто існує лише у свідомості носіїв молодіжного сленгу, що зумовлено віковими особливостями їх психіки й пов'язаним з цим своєрідним світосприйняттям.

Лінгвістичні дослідження останніх років засвідчили, що метафора є не стільки риторичним прийомом, скільки особливою пізнавальною (когнітивною) моделлю, за допомогою якої описується навколишній світ. Поява найменування-метафори − творчий акт. Значна кількість метафор у молодіжному сленгу виправдана, бо усне мовлення, як правило, емоційне й виразне. Метафора узгоджена з емоційно-експресивною функцією практичного мовлення. Оскільки в центрі молодіжного сленгу перебуває людина, то й метафори насамперед звернені на неї. У сферу метафоричного словоперетворення потрапляють предмети й поняття, актуальні для молодіжного соціуму. Моделі метафоричних перенесень з людини на предмет не виявляють регулярності в молодіжному сленгу.

Явище метонімії в літературній мові й сленгу неоднакове. Основна функція метонімічних найменувань у мові номінативна, поєднана з функцією економії мовних зусиль. У молодіжному сленгу метонімічні найменування надають мовленню виразності, функціонально зближуючись з метафорою. Метонімічне перенесення в молодіжному сленгу нерідко виконує оцінну

функцію. Смислові моделі перенесення «особа → предмет одягу, аксесуари, частина тіла, предмет, з яким доводиться мати справу за родом діяльності» дають змогу носієві сленгу виявити власне ставлення до людини, часто негативне, зневажливе, адже людина при цьому ніби стає річчю, предметом, що звужує масштаб її особистості. У молодіжному сленгу людина, особа, особистість − один з найпопулярніших об’єктів експресивної метафоризації. Оскільки молодіжний сленг уживаний переважно в невимушеному внутрішньогруповому спілкуванні за умови комунікативної паритетності всіх співбесідників, то реалізовано настанову на простоту мовлення, його зниженість, іронічне або фамільярне ставлення до предмета мовлення, самоіронію тощо, що формує специфіку сленгової метафори: здебільшого вона зменшує цінність, значущість названих реалій в очах жаргононосія.

Що впливає на сленг молоді і є основними джерелами його виникнення?

1. Розвиток комп'ютерних технологій. Інтернет, його широкі можливості, комп'ютерні технології, які розвиваються, завжди приваблювали молодих людей. У зв'язку із цим з'являється багато нових жаргонізмів. Ось деякі з них: *end user* – комп'ютерний користувач з не дуже високим рівнем знань в галузі комп'ютерних технологій, *lamer* – безнадійно неосвічений користувач комп'ютера, *high-rez* – технічно грамотна людина, яка не цурається нових технологій, але й не довіряє їм повністю, *naïve user* – користувач із дуже невеликим досвідом роботи з комп'ютером, *power user* – користувач із підвищеними вимогами до продуктивності комп'ютера, *superuser* – користувач, що має доступ до всіх ресурсів системи, *default user* – гіпотетичний користувач [16].

2. Тюремна лексика. Деяким молодим людям здається, що використання такої лексики в мовленні робить їх «крутими», авторитетними й піднімає над усіма оточуючими. Тому її часто можна почути від тих молодих людей, які

намагаються бути лідерами в компанії, класі. Знанням тюремної лексики молоді люди часто намагаються підкреслити свою «дорослість» і «крутість». У лексиці, пов'язаній із кримінальною сферою, представлені назви осіб: *cop, bull, bobby, copper, blue boy, Big John* – поліцейський, *cracksman, crook* – злодій, *shakedown artist* – шахрай, дій: *croak* – убити, *to nab, to collar, to bust, to run in* – заарештовувати, *to stick up, to pinch* – красти, *to crack a crib* – здійснити крадіжку зі зломом, місць: *fuzz* – поліцейська дільниця, nick – приміщення для затриманих людей, *lockup, pound, bandhouse, blockhouse, jailhouse, jankers, calaboose, can, choky, clink, college, hock, jug, mill, quod, stone-jug* − в’язниця; *prowl car* – автомобіль патрульної групи поліції, *gong* – сирена поліцейського автомобіля.

3. Арготизми, пов'язані з наркотиками, алкоголем. Як, наприклад, *junky, hashhead, dope-fiend, doper, head, pot-head, acid-head, pill-popper, tripper, hop-head – наркоман; dope, gong* – наркотики, *rush* – кайф, *dips, winebibber, inebriate, alky, barfly, soak, boozer, dipso, stew, rummy, lush, booze-hound, wino* – алкоголік, *sauce, booze, hard stuff, juice, moonshine, fire-water, rot-gut, hooch* – спиртне, *imbibe, liquor* (*up*), *kiss, put away, crook the elbow* – пити.

4. Мультфільми. Найбільш виразні, смішні імена героїв кіно й мультфільмів, що запам'ятовуються, переходять у молодіжному мовленні в імена загальні: *gobblings, gremlings, simpsons* – від назви мультфільмів [14. 34].

5. Хобі й захоплення молодих людей. Молодь, яка цікавиться або займається різними видами спорту, також користується різними жаргонізмами: *kicker, kick* – футболіст, *mauler* – боксер, *mittens, mitts* – боксерські рукавички, *pugilist, pug* – борець, *diamond* – майданчик для гри в бейсбол, *tally* – рахунок, *ump* – суддя на полі, *concede* – програвати, *cycle, push-bicycle, bike* – велосипед, *gong* – медаль, *jumper* – м'яч, закинутий у стрибку, *chutist, para, skyman* – парашутист, *fly boy, birdman, George* – льотчик.

6. Слова, які прийшли з армійського жаргону: *greenhorn, rookie, whippersnapper* – салага, молодий солдат, *whizz-bang* – снаряд, *equalizer* – пістолет, *non-com* – сержант, *Sam Browne* – офіцер, *push, onrush, onset, drive, thrust, mug, jump* – напад, атака, *big boy* – пушка, *barker, piece, six-shooter* – револьвер.

Таким чином, сленг відіграє дуже важливу роль у житті молоді, її життя сьогодні вже немислиме без сленгу, який допомагає молодим людям спілкуватися між собою. Тільки контекст або аналіз ситуації мовлення може допомогти в розшифруванні експресивного забарвлення, емоційно-оцінного змісту висловлення, експресивно забарвлених, оцінних слів цього висловлення.

Отже, можна сказати, що джерелами поповнення регістру розмовної лексики в молодіжному слензі є:

1) запозичення з деяких інших мов (з англійскої);

2) запозичення з жаргонів (кримінальний, комп`ютерний);

3) запозичення з загальнолітературної мови з переосмисленням значення;

4) словотвір.

1.6 Проблеми перекладу молодіжного сленгу

Переклад англомовних лексем молодіжного сленгу українською мовою, на думку багатьох дослідників, є складним процесом. У більшості випадків складність полягає у запізненні фіксації та кодифікації у сучасних словниках або й відсутність цих понять. Інша проблема – неоднозначність перекладу через

експресивність, метафоричність, вульгаризацію молодіжних сленгізмів. Також як і українські сленгізми, так і англійські можуть бути подібними за своїм основним значенням, але під час перекладу можуть мати різне експресивне забарвлення чи відмінності у використанні у певному контексті. Ще одна проблема – це переклад безеквівалетної лексики шляхом пошуку вдалого відповідника у мові перекладу. У цьому випадку перед перекладачем постаэ завдання відшукати не просто відповідник чи близьке за значенням слово, а знайти відповідник з точним емоційноекспресивним і стилістичним забарвленням.

Одна з перших причин труднощів, що виникають при адекватному переклады нестандартних одиниць англійської мови на українську – це розходження складу лексико-семантичних груп слів, хоча в цілому напрямок лексико-семантичного варіювання слів у цих мовах збігається». Друга причина – це розбіжність прагматичних компонентів значення слів, еквівалентних за своїми основними лексико-семантичними варіантами, що спричиняє розходження результатів лексико-семантичного варіювання цих слів в англійській та українській мовах».

Крім своєрідного лексичного складу, сленг характеризується й своєрідною манерою вимови, варіантами морфологічних форм, певними типовими синтаксичними конструкціями. Основні труднощі під час перекладу сленгу можуть виникати з таких причин [54, 289]:

1) Якщо англомовний сленгізм має два або більше значень, які варіюються відповідно до того хто, за яких умов і коли вживає це слово, то перекладач має звернути особливу увагу на вибір правильного значення.

2) Якщо англомовний сленгізм виражає поняття чи реалію, не властиву українській мові.

3) Якщо англомовний сленгізм укорінився в українській мові, то виникає питання, чи доцільно перекладати його характерним українським відповідником або транслітерувати.

4) Якщо сленгізм є застарілим і залишився в пям`яті людей як часова особливість.

Отже, за допомогою такого мовного явища як сленг мова постійно оновлюється, вдосконалюється, набуває якісно нових характеристик та відтінків. Сленгізми збагачують мову і надають повідомленню певні стилістичні особливості, які покращують його розуміння та підвищують його цінність.

Первинні метафори і другорядні значення, на основі яких з'являється сленг, інколи не співпадають, навіть коли слова еквівалентні в своїх значеннях. Через це, лексико-семантичні варіювання, що мають еквівалентні основи значення в різних мовах, отримані сленгові лексико-семантичні варіанти слів в англійській та українській мовах не є еквівалентними. Тому, ще одна причина, з якої переклад такої лексики важкий, це через те, що відбувається розбіжність семантичних і прагматичних компонентів значення, що призводить до різниці результатів лексико-семантичного варіювання цих слів в англійській українською мовою. Попри раніше вказані причин, є ще складова, що викликає труднощі під час перекладу сленгу з одної мови на іншу: знижена лексика може часто змінюватися. Саме з цієї причини перекладачеві насамперед слід звертати свою увагу на часовий чинник. Наприклад, багато жаргонізми несуть в собі «мовну прикмету покоління», так що не коректно підібрані слова можуть стати анахронізмом.

Українськи просторіччя та англійський сленг утворені за допомогою варіювання лексико-семантичного числа обмежених слів літературної мови. Списки цих груп для мов приблизно схожі: мас речовини, назви рослин, тварин,

геометричних форм, назви осіб, пристосувань та інструментів,. Однак порівняння відповідних груп демонструє, що між ними є істотні відмінності. Зовсім не в словах, що входять в будь-яку семантичну групу. Різниця в складі слів, що визначають сленг, що можуть бути ледь помітними, але все ж вони є.

У результаті вивчення різних підходів вчених щодо виокремлення основних способів перекладу лексичних одиниць, ми послуговувалися в ході нашого дослідження найбільш вживаною класифікацією за Л. Бархударовим, який виділяє п’ять основних способів перекладу:

1. Транслітерація та транскрипція.

2. Калькування.

3. Дослівний переклад.

3. Описовий або пояснювальний переклад.

4. Наближений переклад.

5. Трансформаційний переклад [1, 97–104].

Дослідник теорії перекладу І. Бик виділяє такі способи перекладу, які доцільно використовувати під час перекладу молодіжного сленгу, а саме:

1) еквівалент – це постійний рівнозначний відповідник певному слову або словосполученню в іншій мові, не залежить від контексту;

2) аналог – один із декількох можливих синонімів, залежить від контексту;

3) пояснювальний або описовий переклад – вживається пояснення слов, використовується, коли немає ні еквівалента, ні аналогів оригінала [52]. До цієї класифікації Т. Холстиніна додає також транскрипцію; транслітерацію та калькування (переклад за частинами слова) [38, 17]. Тож розглянемо безпосередньо способи перекладу даних лексем.

1. Транслітерація та транскрибування. Ця група на нашу думку, найчисельніша з усіх способів перекладу молодіжного сленгу. Наведемо приклади: попсокет – тримач для смартфона (транслітерація), по дефолту – «з англійської *default* означає "за замовчуванням" – якщо ситуація не змінюється, то буде органічно застосувати до неї модне словосполучення "по дефолту", кринж – з англійської «*cringe*» означає "коробити", "пересмикувати", це оцінне судження, що має на увазі несхвалення, сором та обурення.

2. Пряме включення. Також поширеним способом перекладу молодіжного сленгу вважається пряме включення – використання оригінального написання англійського слова в перекладному тексті. «Заведіть в Instagram (пряме включення) свій акаунт (транслітерація).

3. Калькування. Також продуктивним способом перекладу анлгомовним лексем молодіжного сленгу є калькування – заміна складових частин – морфем чи слів (у випадку стійких словосполучень) запозиченого слова (словосполуки) їхніми лексичними відповідниками в мові перекладу). Вживаються українські афікси, зокрема суфікси:

− Суфікси *-ер, -аст*: наприклад: *хейтер* (англ. *hater*) – вороже налаштована людина, утворена лексема від слова *хейт* (англ. *hate*) – ненавидіти («Хейтери завжди псують життя іншим користувачам соціальних мереж» [50]; *флудераст* – людина, яка флудить; продуцент великої кількості беззмістовних повідомлень на форумах.

− Суфікс- *інг*: *н-д, хейт* (*to hate*) – *хейтерінг*: *н-д*, «Хейтерінг – явище молодіжне. В його основі лежить максималізм, а з роками ми його втрачаємо»; *булінг* (*Bullying* – цькування, англ. *bully* — залякувати, цькувати, задирати.

− Суфікси зниженої вульгарної конотації *-уха* (*депресуха, класуха*); *-юк – сідюк* (*сідіром*); *–ло* − (*файло*, тобто файл) [28] чи пестливі суфікси.

− Утвореня похідних слів від запозичених, наприклад, від іменників – дієслів, наприклад, *чіл* – чілити, *флексити* – танцювати, пригати під трек, *байтити* – повністю копіювати стиль іншої людини або красти чужі ідеї, *шипперити* (від англ. «*shipping*» – «доставка грузів») – уявляти, що деякі люди чи персонажі мають романтичні стсунки, хоча за сюжетом це не так .

4. Абревіація. Наприклад, лексема *ролф*, яке найчастіше вживається в контексті глузування й тролінгу (калькування). З англійської абревіатура *ROFL* (*Rolling On Floor Laughing*) перекладається як «Катаюся по підлозі від сміху».

У багатьох розвинених країнах світу велику увагу приділяють комп’ютерним технологіям. На сучасному етапі розвитку суспільства комп’ютеризацією охоплено всі галузі науки. Одним з найросповсюдженіших видів сленгу є комп’ютерний сленг, який на пам’ять знають не тільки програмісти, а й тисячі дітей та підлітків. Комп'ютерний сленг – неоднорідне явище, що «охоплює лексичні одиниці, утворені на ґрунті загальнонародної мови. Ці лексеми становлять лексичну та граматичну основу сленгу; сленгові слова і звороти, які дублюють офіційно прийняті в спеціальній комп’ютерній мові терміни і називають те, що не має офіційно прийнятого термінологічного позначення» [17]. Дослідник О. Поцулко виділяє групу молодіжного комп’ютерного сленгу, як поєднання молодіжного сленгу та комп’ютерного загалом в одну групу. «Молодіжний комп’ютерний сленг поповнюється новими термінами, які слугують засобами передачі інформації для геймерів, айтішників, блогерів та інших, які використовують новітні комп’ютерні технології в повсякденному житті. Сьогодні в молодіжному середовищі комп’ютерний сленг є однією із основних комунікативних девіацій» [28].

Характеризуючи лексичний склад комп’ютерної підмови її можна розподілити на декілька груп, відповідно до сфери використання: загальновживана комп’ютерна лексика; лексика користувачів мережі Internet;

професійна лексика програмістів; лексика користувачів комп’ютерних програм; лексика комп’ютерних ігор тощо [13].

Шляхи і способи виникнення комп'ютерного сленгу досить різноманітні, але всі вони зводяться до того, щоб адаптувати англійське слово до дійсності і зробити його придатним для постійного використання. До основних методів утворення сленгу, який використовують фахівці інформаційних технологій, належать:

1) калькування (повне запозичення) (*device* → девайс; *message* → меседж; *bug*→баг);

2) напівкалькування (запозичення основи) (*strategicgame* → стратегія);

3) фонетична мімікрія (*button* → батон; *shareware* → шаровари; *rouguelike* → рогалик);

4) переклад (*to delete* → зносити).

Лариса Ярощук класифікує лексеми, приналежні комп’ютерному сленгу за тематичною ознакою:

1) слова для позначення апаратного та програмного забезпечення комп’ютера;

2) найменування фірм, що виготовляють апаратне і програмне забезпечення;

3) назви антивірусних програм;

4) слова на позначення людей, які працюють у сфері комп’ютерних технологій;

5) слова на позначення дій;

6) слова, що супроводжують процес роботи користувача з комп’ютером;

7) слова оцінного змісту [45, 2–3].

Дослідження комп’ютерної лексики дало змогу простежити функціонування оказіоналізмів, значення яких залежить від контексту і поза його межами є незрозумілим. Залежно від певних умов оказіоналізми можуть лексикалізуватися, тобто увійти до складу комп’ютерної лексики як неологізми або припинити своє існування. Розрізняємо три групи неологізмів:

1) власне неологізми (лексичні одиниці, які є новими за формою і змістом);

2) перейменування (слова, нові за формою, але з уже відомим змістом);

3) переосмислення (лексичні одиниці, яким притаманна існуюча форма, але з новим змістом) [43].

Джерелом появи неологізмів у мові є процес словотворення. З-поміж основних продуктивних типів словотворення комп’ютерної лексики виокремимо: морфологічний (афіксація, словоскладання, конверсія, зворотний словотвір, скорочення, контамінація), синтаксичний і лексико-семантичний.

Афіксальні неологізми утворюються за наявними в мові зразками і характеризуються більшою семантичною визначеністю, ніж слова, утворені за допомогою інших способів. До найбільш уживаних можна віднести складання слів за допомогою префіксів іншомовного походження, найчастіше використовують латинські, такі як: *inter-, mini-, super-, micro-, multi-, mega-*. Також використовуються префікси: *non-, hyper-, re-, un-*. А також суто комп’ютерні префікси такі як: *e-, cyber-, net-* [4].

Для англійської мови характерною є суфіксація. Найбільш продуктивними суфіксами виявлено такі: *-ing* (*kerning, formatting, processing, spacing*); *-tion* (*computation, application, emulation, encryption*); *-er;-or* (*register, printer, processor, cursor*). В українській мові для позначення понять і процесів професійної реальності IT-фахівців характерними є деривати з суфіксами:

-аці(я), -уван (ован), -анн, -енн (*верифікація, каскадування, програмування, розширення, оброблення*) [24].

Каналом між комп’ютерним сленгом та літературною мовою є засоби масової інформації, які, використовуючи сленг через нестачу відповідників, для ідентифікації заданої теми чи створення емоційного впливу на читача, поширюють його навіть серед користувачів, які не є його носіями. Такий процес виштовхує з мовлення аудиторії ЗМІ літературні відповідники, поступово замінюючи їх на нові, що до того ж є інстинктивною потребою людини.

Висновки до 1 розділу

Сленг поширений в мові не тільки молодих людей, а й у багатьох верствах населення людей, що належать до певної вікової чи професійної групи. Сленг поширюється на побутові явища, події, іменники, прикметники, дієслова. Дотепер мовознавстві не існує єдиного тлумачення терміна «сленг». Сленг розглядається як свідоме, навмисне використання елементів загальнолітературної лексики в розмовній мові з стилістичною метою: створити ефект новизни, незвичайності, відмінності, передати певний настрій, уникати кліше.

В англійській мові сленг має велике значення, яке визначає розвиток всієї мови в цілому, її неповторність і вирізняє від інших мов світу. Сленгізми додають барв у спілкування, підносять його на зовсім інший рівень, не використовуючи класичних конструкцій та сталих граматичних основ. Сленг не існує в англійській мові ізольовано, а входить в його систему, утворюючи так звані мікроструктури. Таким чином, сленг не є характеристикою якогось певного класу суспільства, а, навпаки, в тій чи іншій мірі використовується усіма верствами населення.

Сленг поділяється на загальний та спеціальний. Найважливіша відмінна риса спеціального сленгу від загального полягає в його спеціалізації, у відсутності в нього закріпленості за певним соціальним колективом, ширшої функціональністі.

Сленгізми виконують багато функцій у мові, такі як: когнітивна функція, номінативна, емоційно-експресивна, світоглядна, ідентифікаційна або сигнальна та функція економії часу.

У ході аналізу виокремлено такі способи утворення сленгізмів, як: зміна значення первинної лексичної одиниці, метафора, метонімія, конверсія,

словоскладання, морфологічний словотвір, додавання іншомовних суфіксів, усікання слів, ініціальні скорочення та стягнення.

Джерела поповнення сленгу у реаліях нашого сучасного життя різноманітні. Виникнення нових значень у вже існуючих словах та словосполученнях викликане не тільки потребою найменувати нові предмети та явища, що виникають у повсякденному житті, але й соціально значущою переоцінкою вже відомих предметів і явищ. Як англійська, так і українська мова поповнює свій словниковий запас сленгу завдяки розвитку комп’ютерних технологій, тюремноій лексиці, арготизмам, пов'язаних з наркотиками, алкоголем, хобі та захопленням людей.

Істотною відмінністю сленгу від жаргону є підвищена емоційність сленгу, тенденція «стиснення» у слові.

Переклад англійського сленгу українською є складним процесом. Часто проблеми виникають через затримку фіксації та кодифікації в сучасних словниках або відсутність цих понять. Інша проблема – багатозначність перекладу через експресивність, метафоричність форми, вульгаризацію молодіжного сленгу. Основні труднощі при перекладі сленгу можна пояснити наступними причинами:

• сленгова одиниця має два або більше значень;

• сленгова одиниця виражає поняття дійсності, яке не знайоме носіям української мови;

• сленгова одиниця залишається у свідомості людей як тимчасова ознака.

РОЗДІЛ 2.

ПРОБЛЕМИ КІНОПЕРЕКЛАДУ ТА ВІДТВОРЕННЯ МОЛОДІЖНОГО АМЕРИКАНСЬКОГО СЛЕНГУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

2.1 Проблеми українського перекладу у кіноіндустрії

Стрімкий розвиток кіноіндустрії відбувається за рахунок широкої популярності фільмів, серіалів у всьому світі. Через високу конкуренцію, кожен намагається привернути увагу аудиторії різними способами. В основному, творці кіно чітко знають свою цільову аудиторію і адаптовують свої роботи під неї. Якщо брати до уваги молодіжні серіали, які є матеріалом нашого дослідження, то у сценарії передбачено активне використання героями специфічної лексики, яка додає експресивності та емоційного забарвлення.

Переклад кінокартин вимагає від перекладачів філігранного володіння мовою, безперервного поповнення знань і досвіду. Важливою складовою творчого успіху будь-якої картини за кордоном − якісний переклад на іноземні мови. Грамотна робота перекладача може зробити «середній» кінофільм геніальним. В ідеальному перекладі фільма має бути відображений зміст кінострічки. Перед перекладачем стоїть відповідальне завдання – передати аудиторії все, що хотів донести автор фільму. І зробити це таким чином, щоб аудиторія у будь якій країні зрозуміла задум автора правильно, без всіляких конфліктів. Аналіз показав, що на зараз найбільш розповсюджені два види перекладу кінофільмів: дубляж і переклад за допомогою субтитрів. Перегляд кінострічок в оригіналі з субтитрами допомагає більш глибоко зрозуміти, що кажуть герої кінофільму та відчути їх характер. У кожної людини у кадрі своя манера говорити, присутнні деякі особливоті, дефекти мови, що ускладнюють процес перекладу.

У процесі перекладу фільмів та серіалів перед перекладачем постає безлічь завдань, таких як, вибір тактик і стратегій для відтворення реалій, безеквівалентної лексики, пошук еквівалентів різних рівнів, інтертекстуальних елементів, укладання тексту у хронометраж, адаптування реалій до культурних стереотипів глядача, а також синхронізація із зображенням, що, відповідно, призводить до скорочення фраз. Д. Бузаджи відмічає, що у роботі з кінотекстом фахівець обирає перекладацьку стратегію відповідно до цільової аудиторії та художнього стилю авторів, а також згідно до жанрової специфіки [6, 64-75]. Слід також враховувати соціальний статус, культурний рівень та вік героїв, відтворювати специфічний гумор, сленг.

Для кращого розуміння процесу перекладу кінотексту необхідно аналізувати цей об'єкт з точки зору теорії мовної комунікації, особливо в тій її частині, що досліджує зміст мовних актів, адже саме зміст мовних актів оригіналу перекладач кінофільму й має доносити до глядача перекладу. А. Швейцер виділяє чотири компоненти змісту висловлення [42]:

- денотативний (тобто предметно-логічний) зміст, пов'язаний із позначенням тих або інших предметних ситуацій;
- синтаксичний зміст, який визначається характером синтаксичних зв'язків між елементами висловлення, тобто його синтаксичною структурою;
- конотативний зміст, тобто зміст, який визначається функціонально-стилістичним й експресивним забарвленням мовного висловлювання;
- прагматичний зміст, який визначається відношенням між мовним висловлюванням й учасниками комунікативного акту (тобто тим суб'єктивним відношенням до тексту, яке неминуче виникає в людей, які користуються мовою в процесі комунікації) [41, 67].

Кінопереклад є надзвичайно складним видом перекладацької діяльності і тому вимагає високого рівня фахової кваліфікації. Низька якість перекладів зумовлена слабкою лінгвістичною підготовкою, недостатнім рівнем володіння українською мовою, низьким загальним рівнем освіченості. Отже, у процесі перекладу тексту кінофільму основним завданням перекладача є не тільки передача симетрії тексту, тобто його синтаксичної та семантичної структури, використаної фразеології, але і його функціонального та прагматичного аспектів.

Переклад є однією з головних складових будь – якого іншомовного кінофільму. Взагалі мова є одним з найважливіших компонентів картини світу того чи іншого соціуму, відображаючи сприйняття дійсності його носіїв. Ось чому якість будь-якого виду перекладу має колосальне значення. Від того, як якісно перекладач зробить свою роботу залежить 80 % успіху кінофільму. Гарний переклад може зробити «середній» кінофільм шедевром. А якісний переклад кінофільму, зокрема його назви − це серйозне завдання для фахівця, який ним займається, незважаючи на стислість цієї мовної одиниці. В ідеальному перекладі назви фільма має бути відображений зміст кінострічки.

Перекладачу важливо добре володіти мовою, постійно оновлювати свій словарний запас та слідкувати за зміною мови. Щороку в мові з`являються нові слова, сленг. Також перекладач повинен мати творчі навички. Слід помітити, що достатньо часто неможливо дослівно перекласти, наприклад, назву, щоб не втратити зміст та стислість. Взагалі назви кінофільмів покликані в першу чергу привернути увагу якомога ширшої аудиторії країн прокату тієї чи іншої кінокартини, а це значить, що від грамотності перекладу залежать його міжнародний успіх і підсумкові касові збори. Тут і виникає складність розуміння особливостей кожної окремої культури: що може зацікавити потенційного глядача, а що, навпаки, відштовхне і навіть відлякає прискіпливу аудиторію. Існують різні засоби перекладу назв кінофільму.

Повна трансформація оригінальної назви кінофільму. Така стратегія адаптації є найскладнішою для перекладача і застосовується у випадку, якщо вихідна назва картини не може бути збережена навіть частково − здійснюється повна заміна. Новий варіант повинен не тільки правильно охарактеризувати картину, але й зробити це в доступній і привабливій для глядача формі.

Вибір способу перекладу залежить від аудиторії, на яку розрахований даний фільм, тобто, чи цей фільм розрахований для показу в кінотеатрі на широкому екрані чи для домашнього перегляду, від професійних знань перекладача, технічного обладнання, а також від потреб глядача. Також види перекладу класифікуються згідно кількості перекладачів, які працюють над перекладом, ступеня їхньої професійності і якості перекладу.

Розрізняють різні види перекладу іншомовних фільмів:

Дубльований переклад – багатоголосий, професійний переклад. Відбувається повна заміна іноземної мови на мову перекладу. Завдання дубльованого перекладу полягає в тому, щоб оригінальні голоси акторів були повністю замінені, але при цьому зберігаються оточуючі звуки й ефекти, але голоси головних героїв, як і фонові епізодичні розмови, переозвучуються.

Закадровий переклад – це коли мова акторів звучить поверх оригінальної звукової доріжки кінофільму. Цей вид перекладу є найбільш популярним, але не для широкого екрану.

Аматорський переклад – це вид перекладу, який виконується не професійним перекладачем. Цей вид перекладу може бути зовсім не якісним, але також і емоційно забарвленим. Аматорський переклад також може бути багатоголосим, двоголосим і одноголосим.

Авторський переклад – це переклад, який здійснюється однією людиною. У різні часи авторським перекладом займалися Леонід Володарський, Олексій

Михальов, Андрій Гаврилов, Юрій Живов, Павло Санаєв, Петро Іващенко, Дмитро Пучков.

Також для людей, які мають не досконалі знання англійської мови, існує переклад за допомогою субтитрів. Субтитри – це текстовий супровід фільму на мові оригіналу або текст з перекладом на іноземну мову.

Перш за все, необхідно помітити, що переклад відеоматеріалу проводиться за двома направленнями одночасно: письмовий переклад та усний переклад.

Для того, щоб дотримуватися стилістики і смислового навантаження фраз, необхідно текст звіряти паралельно з відео. Саме завдяки перекладу визначається різниця між ліцензованим записом і піратською копією - в піратської копії переклад здійснюється виключно на слух і часто залишає бажати кращого.

Другим важливим моментом є те, що при перекладі кінофільмів потрібно добирати такі фрази, які будуть підходити і за смислом і по довжині будуть однакові.

Ще одним складним моментом є переклад науково-популярних і документальних кінофільмів. Бо саме тут у перекладача повинен бути широкий кругозір, чуття на інтонацію.Тому для того, щоб перекладати відеоматеріали на вузькоспеціалізовані теми, необхідно володіти певними знаннями в тій чи іншій галузі.

Найскладнішим моментом у перекладі кінофільмів є переклад прямої мови. Для того, щоб якісно перекласти документальний та художній фільм , потрібно досконало володіти власною мовою, розуміти, про що говорить актор у кінофільмі, та передати сказане іноземною мовою аудиторії так, щоб всі зрозуміли. Потрібно враховувати культурний рівень мовця, його вік, контекстуальне значення фраз, образність складу. Для багатьох перекладачів є

складністю перекладати жарти, бо у кожного народу своє розуміння того чи іншого жарту.

2.2 Особливості перекладу молодіжного сленгу у сіткомі «FRIENDS»

У даній роботі розглядається телесеріал «Друзі» комедійного жанру та його переклад з англійської на українську мову. У телесеріалі йдеться мова про життя друзів та про життєві ситуації які відбуваються у кожного з них.

Шість героїв — три дівчини, і троє молодих людей — нерозлучні друзі. І навколо цієї міцної компанії будується нескінченна кількість різних історій: у друзів трапляються романи, вони сваряться і миряться. Діалоги в цьому серіалі дуже прості, емоційні та легко сприймаються глядачем. Завдяки перегляду серій можна вивчити розмовну англійську мову і одночасно отримати гарний настрій.

Багато сленгових одиниць уже зафіксовані і їх з легкістю можна знайти в інтернеті на лексикологічних ресурсах, кількість яких постійно зростає. Але незважаючи на це, дуже часто виникають труднощі адекватного відтворення сленгових одиниць. Розглядаючи питання засобів адекватного відтворення сленгу, беремо до уваги переклад аудіовізуальних матеріалів. Найважливішим завданням при перекладі сленгізмів є підбір відповідника з тотожним значенням і з тим же ступенем експресивності, що і в мові оригіналу. Ступінь співвідношення експресії лексики у мові оригіналу та перекладу є досить складним питанням.

Переклад сленгу в більшості випадків здійснюється за допомогою еквівалентних відповідників, стилістично нейтральних варіантів чи просторіччя. При перекладі сленгу правильним є використання еквівалентних відповідників за наявності їх в мові перекладу. Еквівалентні відповідники відіграють надзвичайно важливу роль у процесі перекладу. Саме ці лексеми і служать основою при виконанні перекладу [28, 297].

Перша проблема – це різний склад лексико-семантичних груп слів. Хоча і в українській, і в англійській мовах функціонують схожі лексичні одиниці за своїм основним значенням, проте при перекладі вони можуть мати зовсім різне експресивне забарвлення.

Друга проблема – це різне лексичне значення слів через різні культурні традиції та реалії – безеквівалетна лексика. Єдиним шляхом вирішення цих труднощів є пошук аналогів сленгізмів, мовних одиниць заниженого стилю в мові перекладу. Тут постає завдання відшукати не просто відповідник чи близьке за значенням слово, найголовніше – це відшукати відповідник з точним емоційно-експресивним і стилістичним забарвленням [40].

Основне завдання перекладача при досягненні адекватності – майстерно виконати різноманітні перекладацькі трансформації для того, щоб текст перекладу якомога точніше передавав всю інформацію, що містить текст оригіналу, дотримуючись відповідних норм мови перекладу. Збереження незмінних стилістичних особливостей початкового тексту, незалежно від його жанрової приналежності, є одним з найголовніших завдань будь-якого перекладу. Прагнення до максимальної змістової і структурної близькості перекладу до оригіналу призводить до того, що еквівалентними виявляються не тільки тексти, що об’єднуються у процесі перекладу, але й окремі висловлювання в цих текстах, не тільки відповідні висловлювання, а й їхні складові одиниці, як, наприклад, сленгові слова [42, 213]. Переклад сленгізмів

найчастіше здійснюється за допомогою еквівалентних відповідників, стилістично нейтральних варіантів чи просторіччя.

Під час перекладу безеквівалентної лексики ретельну увагу треба приділяти контексту, в якому вжито певну мовну одиницю, оскільки саме він найточніше вказує на лексичне значення слова та його образно-експресивний відтінок.

Для більш наочного розуміння та дослідження адекватності перекладу сленгу ми обрали сітком «FRIENDS», який і на сьогоднішній час залишається одним з найпопулярніших серіалів серед молоді. Популярність сіткому призвела до того, що цей серіал переведено багатьма мовами і в багатьох країнах світу використовується як навчальний матеріал. Особливо з його допомогою добре вичати живу англійську розмовну лексику: у кожній серії присутні безперервні розмови, багато комічних фраз, а жарти настільки яскраві, що запам’ятовуються без будьяких зусиль. Цікавий сюжет і бажання дізнатися, що буде далі, робить процес навчання з кожною серією все цікавішим та цікавішим.

Варто проаналізувати англійський сленг через повсякденні побутові фрази, без яких мова була б не повною і не мала б розвитку. Справжню живу мову можна відчути через розмовні фрази, які вживаються у повсякденному житті людей. Без сленгізмів мова неспроможна розвиватися, і це факт. Не знаючи справжній сенс сленгових виразів − неможливо правильно розуміти людей і спілкуватися з ними. Ось і в сіткомі «FRIENDS» кожний епізод допомагає розкрити весь колорит англійської, занурюючи нас у світ живої мови, як вона є.

Глядача цікавить правильний переклад сленгу, який дуже часто використовується в телесеріалі. Звісно українська мова відрізняється від англійської. Такі висновки можна зробити не тільки за алфавітом, словами та

візуальним сприйняттям. Англійська мова дуже гарна, збагачена цікавими словами, людина яка є носієм цієї мови має інший менталітет, сприймає жарти які може не зрозуміти людина яка є носієм української мови. Стосовно сленгових слів, то в українській мові є багато іншомовних слів і частіше за все вони нам зрозумілі.

Проведемо дослідження особливостей та засобів перекладу сленгових одиниць з англійської мови на українську на прикладі лексичних одиниць, які можна віднести до американського молодіжного сленгу на матеріалі серіалу «Друзі». Серіал призначений для молодої аудиторії, яка і виступає головним критиком. Саме тому, не варто насичувати мову героїв нейтральними фразами та літературною мовою. Діалоги, навпаки, мають бути «живі» та близькі глядачам, щоб передати експресію оригіналу. Отже, успіх серіалу в Україні залежатиме від якості перекладу та природності звучання мови героїв. У діалогах акторів серіалу «Друзі» часто зустрічаються сленгові вирази, з якими постійно стикаються практики аудіовізуального перекладу. Хоча існує безліч словників, молодіжний сленг настільки швидко змінюється, що важко знайти переклад нових сленгових виразів.

Перший переклад серіалу «Друзі» українською мовою створено телеканалом «Студія 1+1» 1998 року. Було опрацьовано перший сезон та частину другого – все, що вийшло на американському телебаченні на той момент. Переклад містив багато помилок, особливо у відтворенні реалій. Другий переклад українською мовою було створено 2000 року телеканалом «Новий канал». Протягом чотирьох років перекладачі «Нового каналу» випускали нові серії, переклавши, таким чином, увесь серіал.

Для аналізу було взято такі серії: 1, 4, 5, 6, 9, 14, 20 першого сезону; 1, 14, 16, 18 другого сезону; 7 та 10 третього; 5 серія четвертого; 8 та 22 серії п’ятого сезону; 18 серія сьомого і 3 дев’ятого сезону.

У ході дослідження стає зрозуміло, що у мові героїв сіткому переважають американські реалії, фразеологізми та молодіжний сленг, що підкреслює характер кожного персонажа. Серіал призначений для молоді, тож саме аудитирія виступає головним критиком. Через те, не варто насичувати мову героїв нейтральними шаблонними фразами та літературною мовою. Діалоги, навпаки, мають бути «живі» та близькі глядачам, щоб передати експресію оригіналу.

В результаті аналізу перекладу сленгових одиниць українською мовою, з’ясовано, що основними засобом їх відтворення є аналогові відповідники. Тому завдання перекладача полягає в тому, щоб знайти коректний еквівалент відповідного сленгізму в мові перекладу, який мав би однакову з ним експресивність та емоційну забарвленість. Згідно до проведеного нами дослідження, лексичні одиниці, перекладені відповідним перекладацьким еквівалентом в мові перекладу, становлять більшу частину лексики. Розглянемо кілька прикладів:

Seal the deal – справа зроблено (але дослівно перекладається як, скріплювати угоду печаткою, що гарантує виконання умов).

There you go – *ось так* (дослівно перекладається, туди і йди. Тобто обраний шлях або спосіб вірний).

Playing hard ball – я не упираюся (*hardball* дослівно перекладається як міцний м'яч. Іноді так називають справжній великий бейсбол. Фраза *Playing hardball* зазвичай означає займати силову жорстку позицію).

Gotcha – ясно, зрозуміло (це розмовна форма від *Gotyou*).

Go deep – біжи вперед (дослівно перекладається як йти глибше. Але Росс здається мав на увазі бігти вперед, глибше, нападати на суперника та бути готовим до пассу як в американському футболі).

Take the sack – у серіалі перекладається як прийняти удар на себе (а дослівно фраза звучить як взяти мішок).

Promnight flashback – перекладається як « я це вже чув» тобто пояснює якусь подію у минулому, але перекладачі вирішили перекласти цю фразу як «гострий спалах совісті». У такому перекладі губиться уся суть діалогу та емоційне забарвлення жарту.

Your lovelife is D.O.A. – D.O.A. розшифровується як Dead on Arrival. Це медична абревіатура. В пісні до серіалу фраза *Your lovelife is D.O.A.* перекладається як «твоє кохання, не почавшись, померло».

Як показало проведене дослідження, мова героїв серіалу насичена різноманіттям американських реалій, молодіжним сленгом та фразеологізмами, які підкреслюють характер кожного персонажа. Працюючи над цим серіалом, перекладач має знати, який регістр мовлення обирати для окремого епізоду.

Оригінал:

– *I have a board. If you like boards, this is my board.*

– *Holy smokes*!

Переклад:

– У мене є дошка. Якщо подобається, це моя.

– Нічого собі!

Якби при перекладі цієї сленгової одиниці використали дослівний переклад, то сенс оригіналу перетворився би в нісенітницю, а саме «священий дим». Тож перекладачами було вирішено підібрати український зрозумілий усім аналог з тим замим значенням. В українській мові існують декілька еквівалентних відповідників цієї одиниці, котра виражає враження мовця: Очманіти! Чорт візьми! У перекладі обрано варіант, який повністю передає значення.

До сленгізма «*a big deal*» словник надає кілька варіантів, значення яких синонімічні. Одне значення «велика справа», «велика шишка», інше – «дрібниця», «нічого особливого».

Оригінал:

— *I don't like your massages.*

— *See? It's no big deal.*

— *Okay, but now see you're crying*.

Переклад:

— Мені не подобаються ці ваші массажі.

— Та подумаєш, дрібниці.

— Добре, але я не хочу бачити як ти плачеш!

Враховуючи контекст, використано відповідник «подумаєш», у значенні «нічого особливого». Цей вираз у повсякденному житті люди використовують, щоб надати тій чи іншій події меншого значення в іронічній формі.

У будь-якому разі перекладачеві доводиться обирати варіант перекладу, який найкраще передає контекст. Наприклад: «*Atta boy*» – «От молодець».

Оригінал:

– *All you gotta do is pretend to be Mike*.

– *I am Mike.*

– *Atta boy!*

Переклад:

− Все, що вам потрібно зробити, це прикинутися Майком.

− Мене звати Майк.

− От молодець!

Для передачі точного значення виразу було обрано аналоговий переклад тому, що серед можливих варіантів вираз – «от молодець» зберігає стилістичний відтінок сленгової одиниці. Необхідно зазначити, що сленговий вираз «*atta boy*» у розмовній англійській мові може мати різні форми. Доволі часто можна зустріти такі форми, як «*Attaboy*» та «*at-a-boy*».

Наступний приклад: *You're a big scrud*! Найбільш вживане значення слова *scrud* – холера, чума. Доволі часто воно використовується в значенні хвороби. Але у даному випадку при перекладі було підібрано аналог – «трясця», який в українській мові доволі часто зустрічається серед сленгових одиниць та має подібне значення. У результаті фраза – «*You're a big scrud*!» перетворилася на – «Ти велика трясця!».

Оригінал (розмова Росса з дівчинкою у дівочому клубі скаутів):

− *Hi there. How many, how many ah, did you sell?*

− *I'm not gonna tell you! You're the bad man who broke Sarah's leg.*

− *Hey now! That was an accident, okay.*

− *You're a big scrud.*

− *What's a scrud?*

− *Why don't you look in the mirror, scrud.*

Переклад:

− Привіт! Скільки ти продала?

− Я тобі не скажу!Ти той великий поганий дядька, що перебив Сарі ногу?

− То був нещасний випадок.

− Ти велика трясця!

− Що таке «трясця»?

− Подивися в дзеркало і побачиш.

«*Hit on somebody*» – «клеїти кого-небудь». Само по собі слово “*hit*” перекладається як «штовхати», «бити», але сленговий вираз у своєму значенні приховує зовсім інший сенс – «чіплятися до когось». Ця фраза звучала в репліці Моніки, вона звертається до Джоуі коли той заграє до Рейчел після зірваного весілля:

Оригінал:

− Joey, stop hitting on her! It's her wedding day!

− What, like there's a rule or something?

Переклад:

− Джоуі, годі клеїти її! У неї сьогодні день весілля!

− А що, є таке правило?

Перекладач обрав саме таку конструкцію саме через те, що в українській мові саме така фраза зустрічається найчастіше.

Дивне слово «*sevenish*» перекладається як «близько сьомої». Якщо додати суфікс «*ish*» до числівника, що позначає час, то в перекладі значення буде «близько котроїсь години».

Оригінал:

− *Don't you have a laundry room in your building?*

− *Yes, I do have a laundry room in my building, um, but there's a.... rat problem. Apparently they're attracted to the dryer sheets, and they're goin' in fine, but they're comin' out all.... fluffy. Anyway, say, sevenish?*

Переклад:

− У вашому будинку є пральня?

− Так, є , але у нас проблема з щурами. Мабуть, їх приваблюють сушарки, після них білизна, ну... пухнаста. Все-таки, зустрінемось десь близько сьомої?

Також цей суфікс додається до іменника. Наприклад, якщо до слова «*dog*» додати цей суфікс, то вийде «*doggish*», що означатиме «собачий». Додати суфікс можна і до прикметників зі значенням «дещо подібне», використовується для зниження якості: «*yellowish* – жовтуватий». Подібна ситуація може перенавантажити переклад і ускладнити синхронізацію репліки з кадрами, бо одне слово може транслюватися декількома і займає більше часу.

Найпоширеніший сленгізм у серіалі «*buddy*» перекладється як «друже». Так звертається Рос до Джоуі аж 17 разів у форматі звернення:

Оригінал:

− Hey, Joey. Hey, buddy!

− Well, here you go, buddy, ya got one.

− You kill my fish, my Buddy?

Переклад:

− Привіт, Джоуі! Привіт, друже!

− Ну, ось, друже, у тебе є вже.

− Ти що, вбив мою рибку, мого Дружка?

Ще одним яскравим прикладом сленгізму в перекладі «друже» або є «*dude*», його дуже часто використовують всі герої серіалу. В українській мові дуже багато аналогів до поданої одиниці, такі як: друже, приятелю, брате, чувак та ін. Перекладачу залишається обирати слово, яке краще пасує до контексту та стилю.

Оригінал:

− *Dude! That's my girlfriend!*

Переклад:

− Друже! Це моя дівчина!

Підбір еквівалентного відповідника – один з найпростіших прийомів перекладачів. При використанні данного прийому дозволяе підбирати правильні і доречні аналоги, бо у словниках уже існують чіткі переклади, які у будь-якому випадку адекватно передають значення та зберігають емоційно-експресивне забарвлення. Наведемо кілька прикладів такого способу перекладу:

Розглянемо наступний приклад:

– *The phone bill arrives, but you don`t pay it right away, because you are a kook*!

Переклад:

– Уяви, що прийдуть телефонні рахунки, а ти відразу не платиш, бо ти із джмеликом.

«*To be a kook*» означає бути ненормальним, придуркуватим. В українському перекладі фраза набувае визгяду «бути із джмеликом», що досить дивно звучить для сучасної аудиторії, особливо для людей молодого віку. При перекладі данного виразу акцент був зроблений на контексті, тому що зрозуміти переклад цієї фрази українському, якщо вирвати її з діалогу і ситуації, с першого разу дуже складно.

Під час аналізу траплялися та кі випадки, коли переклад того чи іншого сленгізму був зовсім випущений. Скоріш за все, причиною є те, що та чи інша сленгова одиниця не відігравали важливу роль у вираженні сенсу, і для скорочення часу для синхронізації репліки з кадром, вони просто випускалися. Наприклад, в одному з діалогів сленгову одиницю а «big guy» не переклали. У

кінечному результаті, на емоційно-експресивно забарвлення, ніякого впливу випущення перекладу не вплинуло.

Другим засобом перекладу, до якого вдаються перекладачі при перекладі сленгових одиниць, зокрема при перекладі молодіжного сленгу, є експлікація або описовий переклад. У ході дослідження стало зрозуміло, що часто перекладачі вимушені йти шляхом тлумачення й роз'яснення значення слова внаслідок того, що, в мові оригіналу існує досить значний шар лексики, що виник на основі реалій країни оригіналу та не має еквівалентів у мові перекладу. Для підтвердження зроблених нами висновків ми вважаємо за потрібне привести кілька найбільш яскравих прикладів сленгізмів, перекладених описово:

При дослівному перекладі фрази – «*the eyesore from the Liberace house of crap*» зміст та емоційна забарвленість виразу могли б бути втрачені.

Оригінал (невдале знайомство Чендлера з дівчиною, вона пішла через огидний браслет на його руці , подарований Джоуі) :

− *I, I really have to be somewhere but it was nice meeting you.*

− *What? Oh this is excellent. You know he coulda gotten me a VCR, he coulda gotten me a set of golf clubs, but no, he has to get me the woman repeller, the eyesore from the Liberace house of crap.*

− *It's not that bad.*

− *Oh, yeah, easy for you to say, you don't have to walk around sporting some reject from the Mr. T collection.*

Переклад:

− Мені справді треба бігти, була рада познайомитись.

− Що? О, це чудесно. Він міг би подарувати мені магнітофон что набір ключок для гольфу, ба ні, він подарував відлякувач жінок, гидоту з універмагу для жлобів!

− Непоганий браслет.

− Легко тобі говорити, ти не мусиш ходити хизуючись жлобським браком.

До даної сленгової одиниці не існує чіткого еквіваленту чи аналогу. Утворена одиниця «*eyesore*» шляхом поєднання слова означає щось гидотне, неприємне для ока, фраза «*house of crap*», котра означає – місце, де продається різний непотріб та є посиланням на Волтера Валентіно Ліберачe, американського музиканта та шоумена польсько-італійського походження, як зображення чогось багатого та блискучого. Тому найбільш прийнятним у даному випадку виявився описовий переклад «*the eyesore from the Liberace house of crap*» – гидота з універмагу для жлобів.

Наступний приклад має схожу специфіку перекладу: *can open, worms everywhere*. Для передачі значення та сенсу українською мовою єдиним можливим способом перекладу виявився описовий переклад, так як він вдало розкриває суть ситуації та чітко пояснює емоційний стан. У результаті український варіант звучить як – розкрилася жахлива правда.

Оригінал:

− *Well don't you see how gross that is? I mean that's like you using my toothbrush. You used my toothbrush?*

− *Well, that was only 'cause I used the red one to unclog the drain.*

− *Mine is the red one! Oh God. Can open, worms everywhere.*

Переклад:

− Не розумієш як це огидно? Це все одно що брати мою зубну щітку. Ти брав мою щітку?

− Тільки тому, що червоною прочищав волосся забите у злив.

− Червона то моя! О, Боже! Розкрилася жахлива правда.

Одним із найнезвичайнішим виразом у сіткові, була фраза Рейчел «*isn’t that just kick-you-in-the crotch, spit-on-your-neck fantastic*?». З першого погляду це незрозумілий набір слів, який кропіткою роботою перекладача перетворився на «Наче удар у пах, правду кажу?».

Оригінал (розмова між Монікою, Россом, його новою дівчиною і Рейчел):

− *This is amazing. I mean, how, how did this happen?*

− *Well, Ross and I were in grad school together.*

− *But we haven't seen each other since then. Well I land in China, guess who's in charge of the dig.*

− *Julie! Julie, isn't that great? I mean, isn't that just kick-you-in-the-crotch, spit-on-your-neck fantastic?*

Переклад:

− Це чудово. А як це сталося? (має на увазі знайомство Росса і його дівчини)

− Ну, ми разом вчилися в школі.

− І більше не бачились. І ось, я приземляюсь в Китаї і здогадайтесь кого я там побачив?

− Джулі! Джулі, от чудесно! Наче удар у пах, правду кажу?

Всі переклади цієї фрази досить незграбні, тому що це не загальновживана англійська, та й фраза дуже саркастична. Рейчел зовсім не в захваті від того, що Росс раптово приїхав зі своєю дівчиною, але їй треба

всіляко показати ентузіазм та радість. Хоча її сарказм все ж таки проривається назовні. Щоб зрозуміти всі відтінки цієї репліки, потрібно знати вирази «*kick in the crotch*» (вдарити в пах) та «*spit on the neck*» (плюнути на шию, що болісно і досить принизливо). І ще дещо: через строгий порядок слів в англійській майже все, що ви поставите перед прикметником або іменником, перетворюється на підсилювач значення, навіть якщо це довге дивне складне слово.

Фраза, що набула шаленої популярності у 2021 році, виникла і була вживаною задовго до того, як потрапила в мову українських підлітків, а саме вона промайнула в одній в перших серій сіткому – «*have a crush on somebody*».

Оригінал (розмова між Россом і Джоуі):

− *Can I ask you something? Have you ever had a guy have a crush on you?*

− *Is that why you wanted to tie my tie?*

Переклад:

− В мене є запитання. В тебе колись закохувались хлопці?

− Саме тому ти хочеш зав’язти мені краватку?

Пряме значення слова «*crush*» − «дробити», «розчавити», проте його використовують у данному словосполучені для позначення дуже сильного любовного захоплення. Ця сленгова одиниця була зафіксована вперше в 1903 році. Можливо, із-за невзаємності почуттів і пов'язані з цим подавлений стан слово «*crush*» і отримало таке сленгове значення.

Наступна знахідка це «*freak out*». Взагалы то слово «*freak*» означає «потворна людина», або той, хто зовні відрізняється від норми своїм виглядом чи поведінкою. Так, Рейчел говорить фразу, розповідаючи Моніці, що сталося і чому вона втекла з весілля: «*I like I really freaked out and that’s when it hit me: how much Barry looks like Mr. Potato Head*», де «*freak out*» слід перекласти як «бути в захваті» або «очманіти», а в інших випадках можна і як «вихід із зони

комфорту», або «бути у гніві», останній доречі, і обрали при перекладі українською.

Переклад повної фрази звучить так:

− Я так розізлилась і тоді до мене дійшло, що Баррі схожий на ідіота!

Наступний вислів «*buzz somebody in*» для багатьох стає відкриттям у розмовній англійській, оскільки дослівно не має жодного сенсу. Саме по собі слово «*buzz*» означає «дзижчати». Данне словосполучення насправді вживається у значенні «впустити когось у під'їзд», але мається на увазі за допомогою домофону.

Оригінал (Чендлер відповідає на дзвінок домофону):

− *Please don't do that again, it's a horrible sound.*

− *It's, uh, it's Paul.*

− *Buzz him in!*

Переклад:

− Будь-ласка, більше так не робіть. Жахливий звук.

− Це Пол.

− *Хай заходить!*

З першого погляду вираз «*Are you nuts*?» не наштовхує на думку з коректним перекладом, адже вислів має більш несподіване розшифрування, як «ти збожеволів?». Ця фраза відображає яскраві емоції героїв серіалу. Наприклад, діалог між Монікою та розносщиком піци:

Оригінал:

− *So you guys want me to take this back?*

− *What? Are you nuts? We've got George Stephanopoulos' pizza.*

Переклад:

− Так ви хочете, щоб я відніс назад?

− Що? Ти збожеволів? У нас же піца самого Стефанопулоса.

Також слово «*nuts*» фігурує ще в одній репліці, але на цей раз, Фібі:

Оригінал:

− *You know he is really nutsy about you.*

Переклад:

− Ти знаєш, він справді божеволіє від тебе.

Вираз «*to be nuts*» з'явився в другій половині XIX, і спочатку тоді цим словом називали людську голову, з якою не все гаразд, звідси і походить ця фраза.

У наступній репліці варто звернути увагу на три останні слова, тому що в англійській таке поєднання не зустрічається. Так каже Чендлер в одному з епізодів:

Оригінал:

− *Well, I have an appointment to see Dr. Robert Pilman career counselor-a-go-go.*

Переклад:

− Ну, у мене призначена зустріч з доктором Робертом Пілманом, шаленим кар'єрним консультантом.

У сволосполученні яскраво виділяється словосполучення «*career counselor-a-go-go*». За допомогою додавання слова через дефіси «*-a-go-go*» в

даній ситуації підкреслюється те, що людина знаходиться в постійному русі, йде до своєї мети без зупинки, тобто означає справжнього кар'єриста.

Ще один цікавий момент де Чендлер каже сам собі такі слова: Оригінал:

− *Okay, I'm making a break for it. I'm going out the window*.

Переклад:

− Добре, я порушу хід подій. Я піду через вікно.

Сполучення слів «*make a break*» дослівно можно перекласти, як «зробити надлом», але у якості сленгізму фраза має значення «порушити хід подій».

Герої серіалу часто використовують іменник «creep» у разі незрозумілої поведінки або слів людини для позначення чогось дивного. Може використовувати його і як іменник, і як прикметик. На прикладі фрази Рейчел ми можемо побачити вживання цього слова:

Оригінал:

− *Yeah, yeah, and you were going him y'know, your flower.*

− *Okay, Monica, can you just call it sex?! It really creeps me out when you call it that! Okay, and by the way, while we're at it, a guy's thing is not called his tenderness. Believe me!*

Переклад:

− Так, так і ти збиралася віддати йому свою «квітку».

− Моніко, називай це просто сексом! Мене тіпає, коли ти так кажеш. Але якщо все про це зайшла мова, то у хлопців це називається несоромок. Точно тобі кажу!

У протилежних ситуаціях, де потрібно підтримати один одного, варто сказати щось таке, що допоможе людині відчути себе впевненіше і

посміхнутися. Цю підтримку можемо побачити в деяких репліках Джоуі, наприклад:

Оригінал:

− *Don't be a chicken.*

Ця сленгові одиниця не перекладається дослівно, як «не будь куркою». Корректним перекладом буде «не будь боягузом». Таким чином Джоуі підбадьорює свого друга Чендлера, використовуючи жартівливу форму сленгу.

Також у тексті оригіналу при утворенні сленгової одиниці використовується спосіб усікання основи слова «memorandum», що перекладається як «замітка», і при усіканні слова ми отримуємо «*Memo*» − замітка, частіше за все робочого характеру.

Оригінал:

− *Didn`t I Memo you on this?*

Переклад:

− Хіба я не відправив службову записку?

Наступне словосполучення "*cold fish*" знову показує нам нові значення та функції використання сленгу. В момент, коли людині дуже нудно, що вона навіть не може це описати, то саме ця фраза стає актуальною. Наприклад, Фібі без жодного сорому каже Россу таке:

Оригінал:

− *Ross, please, stop. I cannot hear it more. Your speech is a cold fish.*

Переклад:

− Росс, будь ласка, зупинись. Я більше не можу чути це. Твоя мова дуже нудна.

В аналізованому серіалі англійські сленгізми зазвичай передавалися при перекладі за допомогою еквівалентної стилістично зниженої лексики української мови. Але важливо відзначити той факт, що при перекладі цих одиниць перекладачу не завжди вдавалося передати всі відтінки і специфіку англійських сленгізмів, оскільки в деяких випадках український переклад був більш нейтральним і емоційно незабарвленим, ніж англійський оригінал. Що ж стосується оцінки адекватності перекладу сленгу на українську мову, то слід зазначити, що перекладач, використовуючи певні прийоми, спробував передати специфіку даних одиниць, і це в більшості випадків вдалося.

Висновки до 2 розділу

У другому розділі ми докладніше вивчили застосування англійського сленгу на прикладі реплік героїв серіалу «FRIENDS». Розбір різних сленгових одиниць показав велику варіативність розмовної мови, а також наблизив нас до культури Америки. Перекладачеві необхідно підкреслити колорит іншомовної культури, який відображено у специфічному гуморі, грі слів, розмовній лексиці, сленгу, інтонаціях героїв, що є віддзеркаленням ідей телесеріалу.

Отже, як бачимо з прикладів, найбільшою проблемою при перекладі сленгізмів є збереження та адекватна передача емоційно-експресивного забарвлення та стилістичного відтінку. Ці умови, на жаль, виконуються не завжди. Такі ситуації виникають через те, що перекладачі не завжди досконало володіють відповідним шаром лексики. Виправити цей недолік, можна лише в тому разі, коли перед тим як робити переклад, перекладачі будуть ретельно досліджувати і вивчати відповідну лексику. Лише в таких випадках буде досягнутий найвищий рівень точності і корректності перекладу, що буде переконувати глядача у реальності подій, які відбуваються на екрані.

В результаті аналізу можна зробити висновок, що для перекладу сленгу використовуються різноманітні методи. Найчастіше це підбор аналогів та еквівалентних відповідників, компенсація; рідше – описовий переклад. Коли контекст змушує відмовлятися від вибору однієї з варіантних відповідностей, тоді доводиться шукати новий варіант перекладу − контекстуальну заміну. Нейтралізація сленгових одиниць може призвести до значних художніх втрат та перекручення змісту оригінального тексту в перекладі, або їх відсутність взагалі може не вплинути на сенс сказанного.

Безумовно, під час вибору способу перекладу велику роль відіграють не тільки сенс вкладений у текст, а й точка зору автора перекладу. Перекладач підбирає відповідні методи, покладаючись на свій перекладацький інстинкт та спираючись на отримані знання в процесі досвіду роботи.

ВИСНОВКИ

Сленг існує вже дуже давно і знаходиться у постійному русі, розвивається та поповнюється, відкриваючи нові можливості для людини. Сленг дуже різноманітний своєю палітрою і особливо укорінився серед молодих людей. Сленг робить мову більш короткою, конкретною, емоційно виразною, а також служить своєрідним знаком приналежності до певного соціального середовища. Нам вдалося з'ясувати, що істотною відмінністю сленгу від жаргону є підвищена емоційність сленгу, тенденція «стиснення» в слові, і те, що сленг на відміну від жаргону в більшості випадків зрозумілий будь-якому колу людей. Звичайно, сленг характеризується деякою соціальної обмеженістю, але не певною груповою, а інтегрованою: він не має чіткого соціально-професійного напряму, сленгом можуть користуватися, і користуються, представники різного соціального та освітнього статусу, різних професій. Тому можна відзначити таку рису сленгу, як загальновідомість і широку вживаність.

Ми з'ясували, що англійський сленг буває важко зрозуміти з тієї ж причини, з якої важко піддаються розумінню ідіоми - не знаючи заздалегідь значення цілого виразу, його сенс зрозуміти одразу неможливо, хоч переклад кожного слова фрази і не викликає труднощів.

Основними джерелами поповнення сленгових одиниць є:

1. запозичення з деяких інших мов (з англійської і тд);

2. запозичення з різних жаргонів;

3. запозичення з загальнолітературної мови з переосмисленням значення;

4. словотвір.

Аналіз матеріалу показав, що найприйнятнішими засобами перекладу молодіжного сленгу, який вживають герої сіткому, є: спосіб добору еквівалентів з-поміж української лексики, контекстуальні заміни, пошук аналогів, дослівний та описовий переклад.

Найбільш активно молодь використовує експресивно забарвлену, знижену, навіть лайливу лексику, часто надаючи іноді нейтральним англомовних аналогам власного колориту, що призводить до виникнення додаткових значень та емоційного забарвлення в мові-реципієнті.

Найпоширенішими проблемами перекладу сленгізмів виступають:

1. запізнілі фіксації та кодифікації у сучасних словниках або й відсутність цих понять;

2. неоднозначність перекладу через експресивність, метафоричність, вульгаризацію молодіжних сленгізмів;

3. незходження складу лексико-семантичних груп слів;

4. сленгізм виражає поняття чи реалію, не властиву українській мові.

Проблематика дослідження має суттєві перспективи, актуальне теоретичне та практичне значення для перекладознавства, з огляду на можливість вивчення труднощів у виборі стратегій для передачі реалій, сленгу та вибору засобів створення гумористичного ефекту; фільму як форми сучасного художнього тексту; проблеми прагматичної адаптації тексту художнього фільму; критеріїв оцінювання кіноперекладу. Детальне дослідження перекладу кінофільмів також важливо для досягнення вищого рівня кіноперекладів в Україні, що сприятиме розвитку кіномистецтва зокрема та української культури загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода / Л.С. Бархударов. – М. : Международные отношения, 2014. 240 с.

2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф.С. Бацевич. – К. : Видавничий центр «Академія», 2014. 125 с.

3. Береговская Э.М. Социальные диалекты и язык современной французской прозы. – Смоленск : СГПИ, 1975. 120 с.

4. Богачик М.С. Концептуальна парадигма комп'ютерного сленгу в англійській мові //Наукові записки. – Київ, 2017, 70 с.

5. Бондалетов В.Д. Социальная лингвистика : учебное пособие. – М. : Просвещение, 2015, 208 с.

6. Бузаджи Д.М. Хоть горшком назови? / Д.М. Бузаджи // Журнал «Мосты», 2005. № 1 (5), 90 с.

7. Бусел В. Великий тлумачний словник сучасної української мови. – Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005, 1728 с.

8. Вилюман В.Г. О способах образования слов сленга в современном английском языке. Вопросы языкознания // В.Г. Вилюман. 1960, № 6 , 140 с.

9. Демченко В. Арго як органічний елемент повсякденної української мови. – Київ : Дивослово, 2010. № 5. 37 с.

10. Дзендзелівський Й. Дослідження К. В. Широцьким жаргону учнів Кам'янець-Подільської духовної семінарії. Збірник Харківського історикофілологічного товариства. Нова серія. – Харків, 1998. Т. 6. 174 с.

11. Дзюбишина-Мельник Н. Сучасний жаргон і сучасне розмовне мовлення. Наукові записки. – Київ, 2002. 64 с.

12. Доза А. История французского языка. Перевод с французского. Серия "История языков народов Европы" . 2006. 472 с.

13. Дорда В.О. Американський молодіжний сленг як об’єкт вивчення соціолінгвістики / В.О. Дорда // Матеріали VI Міжвузівської конференції молодих учених. – Донецьк : ДонНУ, 2008. – Т.1. 81 с.

14. Дубровина К.И. Студенческий жаргон/ К.И. Дубровина // Филологические . 2006. № 1. 81 с.

15. Єрмоленко. С.Я., Бибик С.П. // Українська мова: короткий тлумач. слов. лінгв. термінів; за ред. С.Я. Єрмоленко. – Київ : Либідь, 2001. 221 с.

16. Зуброва. О. Способи утворення нових одиниць сучасної англійської комп’ютерної лексики// Південний архів. 2009. № XIV. 176 с.

17. Калита И.В. Стилистические трансформации русских субстандартов, или книга о сленге. – М. : Дикси Пресс, 2013. 240 с.

18. Ковалинська І.В. Contrastive Lexicology : навч. посібник. – К. : Вид-во «Освіта України», 2014. 224 с.

19. Коловская Н.А. Особенности функционирования американского студенческого сленга / Н.А. Коловская // Ярославский педагогический вестник. 2004. № 2. 10 с.

20. Крысин Л.П. Социолингвистические аспекты изучения современного русского языка. – Москва : Наука, 1989. 188 с.

21. Лавриненко О.В. Становление понятийно-методологического аппарата науки о жаргонах. Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Мовознавство. – Дніпропетровськ, 2009. № 11. 72 с.

22. Лазаревич С.В. Лексика и фразеология английского жаргона (семантико-словообразовательный анализ) : дис. канд. филол. наук. – М. : Наука, 2000. 251 с.

23. Матюшенко Е.Е. Современный молодежный сленг: формирование и функционирование : дис. канд. филол. наук : 10.02.01. – Волгоград, 2007. 188 с.

24. Мороховский А.Н., Воробьёва О.П., Лихошерст Н.И., Тимошенко З.В: Стилистика английского языка – Киев : Вища школа, 1984, 241 с.

25. Онушканич І., Штогрин М. Сленг як перекладознавча категорія: поняття, етимологія, способи перекладу// Вісник Житомирського державного університету. Серія «Філологія». 2013. №3. 300 с.

26. Орлова Н.О. Сленг vs. жаргон: проблема дефиниции // Ярославский педагогический вестник. 2004. №3(40). 40 с.

27. Польская Д. М. Язык молодежи в словаре и тексте (на материале немецкой молодежной литературы и прессы) : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. «Германские языки». – Смоленск, 2013. 196 с.

28. Ретинская Т.И. Социолингвистический и функциональностилистический анализ французских профессиональных арго : дис. доктора филол. наук. − Орел, 2012. 366 с.

29. Россихина М.Ю. Молодежный жаргон в русской и немецкой лексикографии XIX – XXI вв. : дис. канд. филол. наук. – Брянск, 2009. 281 с.

30. Руденко М.Ю. Исследование арго, жаргона и сленга: вопросы терминологии. Филологические науки. Вопросы теории и практики : научнотеоретический и прикладной журнал / гл. ред. Д.Н. Рябцев. − Тамбов : Грамота, 2016. № 5 (59), ч. 3. 134 с.

31. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. – Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.

32. Ставицкая Л.О. Украинская жаргонология: итоги, проблемы, перспективы. Российско-украинский бюллетень. 2000. № 6–7. 169 с.

33. Ставицька Л.О. Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови. – Київ : Критика, 2005. 464 с.

34. Ставицька Л.О. Про історію дослідження арго, жаргону та сленгу. Система і структура східнослов'янських мов : зб. наук. праць / відп. ред. В.І. Гончаров. – Київ : Вид-во Нац. пед ун-ту ім. М.П. Драгоманова, 2014. 67 с.

35. Судзиловский Г.А. Сленг – что это такое? Англоязычный словарь сленга. – М. : Военниздат Минобороны, 2009. 182 с.

36. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: В 4 т.: Пер. с нем. = Russisches etymologisches Wörterbuch / Перевод и дополнения О.Н. Трубачёва. 4-е изд., стереотип. − М. : Астрель, 2004. Т. 4. 860 с.

37. Хасанова Е.В. Об источниках и способах образования школьного и студенческого сленга (на материале англ. яз.) / Е.В. Хасанова // Русская и сопоставительная филология. 2002. №2. 59 с.

38. Холстинина Т.В. Американский сленг в художественном тексте и проблема его передачи на русский язык. Автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук: Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание / Ин-т лингвистики и межкульт. коммуникации Московского гос. обл. ун-та. – Москва, 2006. 191 с.

39. Хомяков В.А. Введение в изучение сленга – основного компонента английского просторечия. – Вологда : ВГПИ, 2009. 106 с.

40. Хорошева Н.В. Ррусский общий жаргон и французское общее арго конца XX века: компаративное исследование. – М. : Ленанд, 2020. 248 с.

41. Швейцер А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты. – М., 2019, 216 с.

42. Швейцер А.Д. Социальная дифференциация английского языка в США / А.Д. Швейцер. – М. : Наука, 1983. – 213 с.

43. Шилінська І. Засоби і способи номінації термінів галузі комп’ютерних інформаційних технологій. // Мандривець. − 2013, 73 с.

44. Шумейко А: Сучасний український сленг: конотативний аналіз. − Київ : Дивослово, 2011. 34 с.

45. Ярощук Л. Комп’ютерний сленг як форма молодіжного спілкування // Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики. 2012. № 1. 64 с.

46.Greenough J. B., Kittredge G. L. Words and their ways in English speech. Wentworth Press, 2016. 460 p.

47. Farmer J. S., Henley W. E. Slang and its Analogues. Past and Present. A Dictionary, Historical and Comparative, of the Heterodox Speech of All Classes of Society for more than Three Hundred Years. With Synonyms in English, French, German, Italian, etc. : in 7 vol. MDCCCXC, 1890. Vol. 1. Reprinted / New York : Kraus Reprint Corporation, 1974. Vol. 1. x, 405 p.

48. Hotten J. C. The slang dictionary. − East Ardsley, Wakefield, Yorkshire, England : Republished by EP Publishing, Ltd., 1972. 382 p.

49. Mencken H. L. The American Language. − New York, 1992. 306 p.

50. Muhlhausler P. Pidgin and Creole Linguistics. − Oxford, 1986.

51. Английские сокращения и сленг в чатах, мессенджерах и SMS. URL: https://audio-class.ru/slang/slang-abbreviations.php.

52. Бик І. С. Теорія і практика перекладу. Електронний ресурс. − Львів: ЛНУ. − 122 стор.URL: https://www.twirpx.com/file/1053822/.

53. Лінгвістичний енциклопедичний словник − www.tapemark.narod.ru.

54. Amari J. Slang Lexicography and the Problem of Defining Slang / J. Amari 2010.https://www.academia.edu/24792067/Slang_Lexicography_and_The_problem_of_defining_Slang

55. Hotten J. C. A dictionary of modern slang, cant and vulgar words, used at the present day in the streets of London. London : John Camden Hotten, Piccadilly, 1860. xvi, 300. p. https://www.worldcat.org/title/dictionary-of-modern-slang-cant-and-vulgar-words-used-at-the-present-day-in-the-streets-oflondon/oclc/1042966822

56. Partridge E. Shorter Slang Dictionary. London : Routledge & K. Paul, 1993. 256 p.

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: 86 с., 56 джерел.

Об'єктом дослідження є лексично-стилістичні особливості і функції сленгізмів в англійській мові.

Предмет дипломної роботи – особливості перекладу одиниць сленгу в мовленні персонажів сіткому «FRIENDS» українською мовою.

Метою роботи є вивчення особливостей молодіжного англійського сленгу, а також аналіз його перекладу українською мовою.

У *вступі* охарактеризований стан проблеми, конкретизовані завдання дослідження.

У *теоретичній частині* здійснено дослідження основних підходів до визначення поняття «сленг», причин виникнення та використання сленгу, особливості функціонування сленгізмів та іх класифікація.

У *практичній частині* проаналізовано оригінальні репліки персонажів сіткому «FRIENDS» та їх переклад українською мовою з урахуванням контексту та ситуацій.

Теоретична новизна дослідження полягає в тому, що системні і семантичні особливості загального сленгу англійської мови, в зв'язку з її безперервним розвитком, недостатньо досліджені. Сленг як найбільш динамічний пласт лексико-семантичної системи мови дуже швидко оновлюється, тому недостатня вивченість молодіжної лексики в певній мірі впливає на подальший розвиток мови, оскільки являє собою такий лінгвістичний феномен, що є унікальним прикладом взаємодії і взаємовпливу різних пластів лексики.

Практичне значення роботи полягає в тому, що її результати можуть бути використані на теоретичних і практичних заняттях з лексикології, а також на практичних заняттях з англійської мови та перекладацького аналізу. Результати дипломної роботи стануть в пригоді для вирішення проблеми визначення, основних відмінних рис та сутності сленгу.

Ключові слова: СЛЕНГ, ЖАРГОН, МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ, ОДИНИЦІ МОВИ, ЗАГАЛЬНИЙ ТА СПЕЦІАЛЬНИЙ СЛЕНГ, ЕКВІВАЛЕНТИ.

SUMMARY

Qualification paper: 86 p., 56 sources.

The object lexical and stylistic peculiarities and functions of slangisms in the English language.

The subject of the research is the peculiarities of the translation of slang units in the characters' speech from sitcom "FRIENDS" into Ukrainian.

The aim of the work is to study the peculiarities of youth English slang, as well as the analysis of the translation into Ukrainian.

The foreword describes the state of the problem, the tasks which are to be executed to achieve the purpose of the research.

In *the theoretical section* we researched the basic approaches to define the concept of "slang", the reasons of using slang, features and functioning of slangisms and their classification.

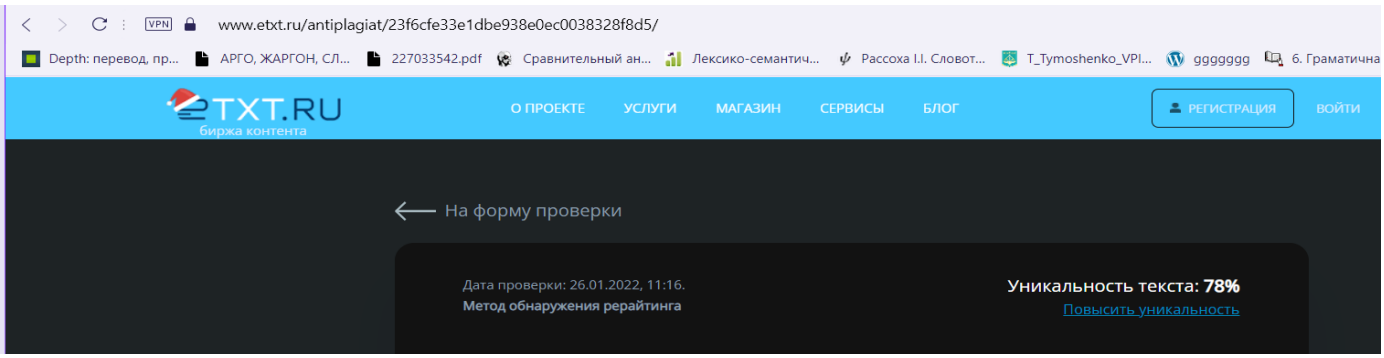
In *the practical section*, we analyzed the original dialogues of the characters of sitcom «FRIENDS» and their translation into Ukrainian, based on the context and situations.

The scientific novelty of the research is the systemic and semantic peculiarities of the general English slang, due to its development, are insufficiently studied. Slang as the most dynamic layer of the lexical-semantic system of language is updated very quickly, so insufficient study of youth slang to some extent affects the further development of language, as it is such a linguistic phenomenon that is a unique example of interaction and interaction of different vocabulary.

The practical value of the research is that its results can be used in theoretical and practical classes in lexicology, in practical English classes and translation analysis. The results of the study will be useful to solve the problem of definition, the main peculiarities and essence of slang.

Keywords: SLANG, JARGON, YOUTH SLANG, LANGUAGE UNITS, GENERAL AND SPECIAL SLANG, EQUIVALENT CORRESPONDENTS.

ДОВІДКА ПРО АНТИПЛАГІАТ

Студентки групи 035м-20-1

Литвинової Надії Дмитрівни