

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ**  
**КАФЕДРА ПРИКЛАДНОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

До захисту допустити:

Завідувач кафедри

 Педченко О.В.  
(підпис) (ПІБ завідувача кафедри)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**Особливості перекладу американського сленгу на українську мову**  
**(на матеріалі серіалу «Династія» та «Емілі в Парижі»)**

Кваліфікаційна робота  
здобувача вищої освіти  
другого (магістерського) рівня  
освітньо-професійної програми  
«Філологія. Переклад (англійська,  
німецька)»  
Воронкової Юлії Едуардівни  
Науковий керівник:  
Канна Вікторія Юріївна,  
к. філол. наук, доцент  
кафедри прикладної філології  
Рецензент: Філатова Катерина  
Олександрівна, к. філол. наук, доцент  
завідувач кафедри перекладу  
ДВНЗ «Приазовський державний  
технічний університет»

Кваліфікаційна робота захищена  
з оцінкою 80 С (добре)  
Секретар ЕК Михайло ТАРАПАТОВ  
«18» січня 2024 р.

Київ – 2023

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. СЛЕНГ, ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ .....	5
1.1 Поняття та класифікація сленгу .....	5
1.2 Способи перекладу сленгу .....	13
1.3 Сленг у кіноперекладі.....	22
1.4 Способи утворення сленгізмів.....	29
1.5 Лінгвістичні та культурні особливості американського сленгу .	36
Висновки до розділу 1 .....	45
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ АМЕРИКАНСЬКОГО СЛЕНГУ НА МАТЕРІАЛІ СЕРІАЛІВ «ДИНАСТІЯ» ТА «ЕМІЛІ В ПАРИЖІ».....	47
2.1 Лексико-семантичні особливості сленгу.....	47
2.2 Лексичні трансформації .....	52
2.3 Граматичні та лексико-граматичні трансформації.....	56
Висновки до розділу 2 .....	59
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
ДОДАТОК.....	69

## ВСТУП

У сучасну епоху розвитку англійської мови серед лінгвістів зростає увага до феномену сленгу. Цей підвищений інтерес можна пояснити широким проникненням сленгу в різні аспекти людського життя. Сьогодні сленг не обмежується лише мовленням індивідів із різних соціальних верств; він також помітно представлений у літературі, телевізійних серіалах та різних формах ЗМІ, включаючи газети, журнали, телебачення та Інтернет.

Вивченню різних аспектів сленгу свої дослідження присвятили такі вчені, як В.В. Балабін, І.Р. Зацний, А.І. Мазурова, С.А. Мартос, С.В. Пиркало, Т.І. Тимошенко, Дж. Хоттен, Г. Менкен, С. Партрідж та ін.,

**Актуальність** роботи зумовлена недостатньою вивченістю способів відтворення англомовного сленгу українською мовою.

**Метою** роботи є дослідження особливостей перекладу американського сленгу українською мовою на матеріалі серіалу "Династія" та "Емілі в Парижі".

Входячи з мети та теми дослідження виникають наступні **завдання**:

- розглянути поняття сленгу та його види.
- визначити місце сленга у кіноперекладі;
- вивчити способи перекладу сленгізмів;
- дослідити лінгвістичні та культурні особливості американського сленгу;
- дослідити семантичні особливості американського сленгу;
- проаналізувати способи відтворення сленгу в українському перекладі серіалів «Династія» та «Емілі в Парижі»;

**Об'єктом** дослідження є американський сленг у серіалах.

**Предметом** дослідження є семантичні особливості американського сленгу та способи його перекладу українською мовою.

**Основні методи** дослідження включають аналіз і синтез, дедукція, суцільна вибірка, аналіз контенту.

**Матеріал дослідження** – 170 сленгізмів, відібраних методом суцільної вибірки зі скриптів серіалів «Династія» та «Емілі в Парижі».

**Методи дослідження** – метод суцільної вибірки, аналітичний, зіставний, описовий, кількісний.

**Теоретичне значення** – результати дослідження можуть бути використані для подальших досліджень у галузі перекладознавства та кіноперекладу.

**Практичне значення** – результати цього дослідження можуть бути використані на заняттях з теорії та практики перекладу та у практичній діяльності перекладача.

**Наукова новизна** цього дослідження полягає у тому, що вперше було проаналізовано способи перекладу англomовних серіалів «Династія» та «Емілі в Парижі». українською мовою.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, у якому окреслюються межі дослідження, двох розділів, кожен з яких завершується висновками, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків

# РОЗДІЛ 1. СЛЕНГ, ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

## 1.1 Поняття та класифікація сленгу

Етимологія терміну «сленг» є одним з найбільш дискутованих і суперечливих питань в лексико-семантичній системі англійської мови. Складність виявлення істинної етимологічної картини даного терміну посилюється, як буде показано нижче, його полісемією та різнобоям у тлумаченні сленгу у авторів словників та спеціальних наукових досліджень із самого початку їх появи і до теперішнього часу. Коли слово «сленг» вперше з'явилося в мовленні, не встановлено. У письмовому варіанті воно вперше зафіксовано в Англії у XVIII ст. зі значенням "образ". Більше розширене вживання цього терміну як позначення «незаконної» просторічної лексики відзначено приблизно 1850 року.

У 1785 р на сторінках відомого «Словника «низької» мови» за авторством Ф. Гроуза поняття «сленг» фігурує як синонім слова «жаргон» (англ. – slang – cant language – сленг – жаргонна мова). Витлумачивши термін «сленг» подібним чином, цей автор був схильний розглядати сленг, або жаргон як одну з двох складових, на які він поділяв «низьку» мову. Можна припустити, що саме завдяки авторитету словника Ф. Гроуза наступні упорядники словників «низької» мови стали асоціювати сленг з кентом як слова, що сягають одного джерела якою була засекречена мова бродячих жебраків - циган, з додатковим аргументом, що в циганському lingo було слово slang .

Така версія етимології терміну «сленг» проіснувала практично до кінця XIX століття, яка міститься також у популярному словнику Дж. Хоттена, де зареєстровано синонім сленгу іменник gibberish (циганський жаргон). За свідченням І. Р. Гальперіна, на відміну від Ф. Гроуза, Дж. Хоттен поділяв поняття «сленг» і «кент», щоправда, відразу підкреслюючи, що повністю розмежувати їх майже неможливо [7, с. 30].

З кінця XIX ст. «сленгознавство» було відзначено появою трактування сленгу в англійській мові як результату запозичення з мов скандинавської групи. Дослідники, які розділяли цю позицію, пояснювали її тим, що термін «сленг» в англійській нібито має спільне з *slenja-ord* (норвезьк. – нове сленгове слово). Приблизно у цей період фіксується поява нових, більш-менш аргументованих гіпотез. Так, наприклад, німецькими лінгвістами О. Ріттером і К. Вестендопфом була висунута точка зору, згідно з якою поява терміна «slang» є результатом аглютиції першої частини слова «language» з суфіксом «-s». Як приклади, що підтверджували їх припущення, дані автори використовували вирази «thieves' language» і «gypsies' language» [9, с. 9]. При цьому не було висунуто припущення, яке в тодішній науці дало б вичерпне підтвердження, отже, призвело б і до загального визнання.

У XX ст. інтерес до етимологічного аспекту проблеми терміна «сленг» як зберігався, але періодично наростав. Продовжували з'являтися нові гіпотези, серед яких репутацію найдостовірнішою здобула гіпотеза Е. Партріджа [24, с. 14]. Відповідно до цієї гіпотези термін «сленг», найімовірніше, корелюється з дієсловом *to sling - to utter* (англ. - «Говорити», «висловлюватися»). Таке припущення підтверджується фактом існування такого словосполучення як *sling words*. Останнє реєструється в матеріалі висхідному до епохи життя та діяльності одного з основоположників літературної англійської мови Д. Чосера (1340/1345-1400). Також прикладами можуть служити пізніші сленгові поєднання, до складу яких входить те ж дієслово (табл. 1.1).

*Таблиця 1.1*

**Приклади, що ілюструють походження терміна "сленг" в англійській мові (за Е. Партріджем)**

Вираз	Значення
<i>Sling language</i>	<i>To talk</i> (англ. - розмовляти)

Sling the language	To speak a foreign language (англ. – розмовляти іноземною мовою)
Sling a yarn	To tell a lie (англ. - брехати)

Крім зазначеного, Е. Партридж висловлював думку, що сленг в етимологічному плані може бути «зіпсованим» дієприкметником II від вищезазначеного дієслова. Якщо взяти до уваги значну кількість прикладів спотворення дієслівних форм у просторіччі думка Е. Партриджа видається цілком правдоподібною. Сленг розглядається як свідоме, цілеспрямоване вживання у мовленні елементів літературного стандарту мови у розмовній мові в суто стилістичних цілях [24, с. 15].

З таким визначенням солідарна переважна частина дослідників. Наприклад, Дж. Хоттен розглядає сленг як вуличну мову, просоченого гумором. Дж. Б. Гріноу та Дж. Б. Кіттридж образно трактують даний термін наступним чином: «мова-бродяга».

Г.Б. Антрушина, своєю чергою, не поділяє позицію І.Р Гальперіна. В унісон відомому англійському письменнику Дж. К. Честертон цей автор у своєму дослідженні пише, що сленг являє собою «різновид метафори», найчастіше при цьому наповнюваної «метонімічним і гумористичним смислами» [2, с. 17].

На бурлескний характер сленгу вказує Дж. Носек. З ним загалом солідарний Ю.М. Скребнев. Сленг на думку останнього, є «сукупністю загальнозрозумілих і широковживаних слів і виразів гумористичного характеру», яка свідомо використовується з метою заміщення літературних слів у розмовній мові [13, с. 51].

У наведеному вище викладі лексичні форми сленгу розглядаються як окремі слова чи словосполучення як, загалом, і інтерпретується це явище деякими мовознавцями. У цьому О.І. Смирницький передбачає, що «генетично сленг - це, очевидно, розмовний чи фамільярний стиль мови у певній спеціальній галузі» [15, с. 201]. Отже, відомий вітчизняний лінгвіст

трактує сленг як функціональний стиль, а чи не окрему сферу лексики, тоді як більшість дослідників дотримуються протилежної погляду. Наприклад, такого автора, як І.В. Арнольд сленг є «сугубо розмовні слова з грубуватою або жартівливо-емоційною забарвленням» [3, с. 264].

У дослідженнях Ю.М. Скребнева містяться більш розгорнуті визначення сленгу. На його думку, дослідниками ще не запропоновано чіткої визначення поняття «сленг». У цьому Ю.М. Скребнев тлумачить цей термін як «найбільш рухливий шар розмовної мови англійської мови». Останній, на думку Ю.М. Скребнева, включає такі висловлювання та окремі слова, які були або запозичені з інших мов, або з інших груп, що існують всередині англійської. Цей дослідник називає також третій шлях формування сленгових слів і виразів - їх створення за словотворчими моделями, що існують в англійській мові, і подальше використання в більш конкретних значеннях [13, с. 123].

В.А. Хом'яков на сторінках своїх публікацій широко використовує термін «загальний сленг». Його дослідник трактує як шар лексики, що існує в середовищі живої розмовної мови і при цьому характеризується відносною стійкістю стосовно певного періоду. Наступним ознакою загального сленгу, за В.А. Хомякову, є його стала вельми поширеною. Крім того, загальний сленг дуже неоднорідний за своїм генетичним складом і ступенем наближення до літературної мови. Йому властивий яскраво виражений емоційно-експресивний оцінний характер [17, с. 186-187].

Чимало мовознавців розглядає сленг як антипод стандартизованої літературної мови, частково ставлячи знак рівності між ним і жаргоном, а частково - з розмовним варіантом національної мови. У цьому контексті частина авторів досліджень із проблеми сленгу категорично заперечують проти тлумачення цього феномена як «вульгарної, злодійської мови». Інша частина розуміє його як ознаку динамічності життя та поступального розвитку мови, проявом вічного процесу зміни його ладу, переважно лексико-семантичної системи.



Проведений етимологічний огляд концепту «сленг» дає підстави трактувати його як соціолінгвістичний феномен, що виник у результаті взаємодії певних соціальних та професійних груп. Підсумком цього процесу стало формування пласта нелітературної розмовної лексики, у якій відбито специфічні характеристики різних соціальних верств, якій властиві яскрава емоційно-оцінна забарвлення і виразність, використовувані у конкретних ситуаціях спілкування, і поетапно переходить у контекст загальноприйнятої літературної лексики.

Необхідно також вказати на існуючий різнобій у тлумаченні розглянутого явища у вітчизняному та зарубіжному мовознавстві. Цим, останнім, обумовлені подальші дослідження теоретичних і практичних проблем, пов'язаних з феноменом сленгу.

Примітно, що сенс і значення сленгових виразів який не завжди трактуються правильно. Насправді зустрічається чимало прикладів спотворення сенсу англійської сленгової репліки головного кіногероя чи сленгових слів і виразів у тексті популярних серед молоді пісень англійською. З урахуванням цього засвоюється сучасний англійський сленг «за здогадкою» слід регулярно користуватися словниками сленгів, в яких представлений не тільки коректний переклад кожної окремої фрази, але і наводиться докладний опис особливостей контексту того чи іншого сленгізму.

Серед дослідників сленгу зустрічаються і такі, які сприймають його як щось зовсім не властиве літературній мові, не сумісне з промовою інтелігентної людини. Проте сьогодні ми є свідками вторгнення сленгової лексики у всі сфери людської діяльності: засоби масової інформації (особливо виділяючи електронні ЗМІ), кіно і театральний простір, літературу, мережу Інтернет. Характерно, що сленг «найкомфортніше чувається» в усному спілкуванні молоді, але при цьому він все більш впевнено знаходить місце в мові людей практично всіх віків, соціальних груп і класів. Тим не менш, об'єктом найбільшого інтересу виступає саме молодіжний сленг

англійської мови. Цьому сприяють міжнародні контакти молоді, що постійно розширюються, в таких формах, як навчальні та професійні стажування, турпоїздки, викладання ряду предметів носіями англійської мови, перегляд відеофільмів, прослуховування сучасних пісень англійською мовою, неформальне спілкування з носіями мови тощо.

Завершуючи огляд, слід зазначити, що єдиної думки щодо змісту самого терміну «сленг» серед вітчизняних і зарубіжних учених зараз не спостерігається. Межі поняття «сленг» досить розмиті, але при цьому як мовний засіб відокремлення соціальної групи місце сленгу, безперечно, знаходиться серед соціальних явищ, що відображаються у мові.

Внаслідок різних підходів до визначення сутності сленгу в авторів лексикографічних джерел та спеціальних досліджень з часу початку вивчення цього феномену визначення змісту терміна «сленг» також залишається досить неоднозначним питанням. Проте на тлі зазначеного різнобою інтерпретацій і розуміння найбільш прийнятною нам представляється гіпотеза Е. Партрижда, згідно з якою слово «сленг» корелюється з дієсловом *to sling - to utter*, що підтверджує існування таких поєднань як *sling words*, зареєстрованих ще в епоху Чосера, як ряд пізніх сленгових поєднань, з тим самим дієсловом. Припущення Партрижда заслуговує довіри, оскільки вона виходить з історично аргументованих і документально зареєстрованих даних.

Проблема лексичного наповнення сленгу нерозривно пов'язана з проблемою наукового визначення цього мовного явища. Відсутність загальноприйнятого визначення сленгу породила різні, часто протилежні точки зору на цю тему. Сленг часто асоціюється зі спорідненими поняттями, такими як жаргон, діалекти, розмовна мова, вульгарні вирази тощо, що ускладнює встановлення чітких меж між ними.

Сленг можна розглядати як динамічний і постійно розвивається шар лексики. Це є свідченням постійної еволюції лексичного складу мови. Як зазначив І.Р. Гальперін зазначає, що обговорення структури сленгу без

попереднього визначення його як ширшого явища може бути дещо проблематичним. За таких обставин будь-які лексичні, морфологічні, синтаксичні та фонетичні ознаки, що відхиляються від загальноприйнятих норм літературного вжитку, у тому числі різні форми мовленнєвих помилок, стають кандидатами на зарахування до категорії сленгу [7, 108]. Сленг — це, по суті, шар лексики та фразеології, що виникає в сфері розмовної мови. Для нього характерні розмовні, емоційно насичені, а часто й образні неологізми, які легко інтегруються в загальноповсякденну літературну розмовну мову.

І.Р. Гальперін підкреслює, що різні словники включають слова та словосполучення, позначені як «сленг», у наступних категоріях:

- Терміни, що використовуються в злочинському жаргоні.
- Професійна термінологія.
- Розмовні вислови.
- Випадкові, спорадичні творіння.
- Слова і словосполучення в переносному значенні.
- Контекстуальні значення слів, які виникають із застосуванням специфічних стилістичних прийомів, таких як іронія та перефразування.
- Слова, утворені шляхом конверсії.
- Скорочення.
- Повсякденні слова та фрази з літературної англійської мови, які іноді класифікуються як сленг.
- Діалектні терміни.

Це розмаїття ставить питання про те, чи справді «сленг» існує як окремий шар у словнику англійської мови. Як зазначив І.Р. Гальперін вважає, що основним механізмом експансії сленгових слів і виразів є зміна значення слів у національній лексиці.

Класифікація та категоризація сленгу також є предметом дискусії. Г. О. Судзиловський, можливо, один із перших німецьких учених, запропонував поділ сленгу на дві основні групи:

1. Загальноприйнятий сленг: ця категорія складається з лексики різного походження, яка є загальноновизнаною та має широкий спектр застосування.

2. Спеціалізований сленг: це лексика з більш обмеженим використанням, часто пов'язана з певними соціальними групами чи певними сферами [16, 10-11].

В. Г. Вілюман також виділив дві групи слів у сленгу:

1. Загальний сленг: сюди входять образні та емоційно насичені слова та вирази, які загальнозрозумілі та широко використовуються в неофіційній мові. Вони існують поза межами формальної мови, часто прагнучи до новизни та оригінальності. Ці слова можуть служити синонімами формальних термінів мови. Загальний сленг є відносно стабільним протягом певного періоду, але він може легко переходити в розмовну мову або навіть зовсім зникати. Варто зазначити, що загальний сленг відрізняється від спеціального як за джерелами, так і за функціями. Загальний сленг також різниться за ступенем близькості до розмовної мови, хоча зазвичай вважається компонентом неофіційної мови [6, с. 47].

2. Спеціальний сленг: ця категорія охоплює слова та фрази, характерні для певних професійних або соціальних груп. Приклади включають кокні-сленг (діалект звичайних людей у Лондоні), світський жаргон, термінологію ексклюзивних навчальних закладів для дітей англійської аристократії, військовий сленг (наприклад, egg (a pilot, just a begginer) «яйце» - пілот-початківець), кримінальний сленг (наприклад, jug (a safe)- «глечик» - сейф), студентський сленг (наприклад, to bug someone (to angry someone) - «дошкуляти комусь», дратувати когось) [6.с. 47].

Відомий сленгознавець В. А. Хомяков не тільки схвалив поділ сленгу на загальний і спеціальний, але й запропонував точні наукові визначення цих понять. За словами Хомякова, він визначив їх так:

1. Загальний сленг: Ця категорія включає відносно стабільну, широко вживану лексику та фразеологію в живому розмовному мовленні, яка часто характеризується фонетичними, морфологічними та синтаксичними

варіаціями. Він дуже різноманітний за своїм походженням і рівнем відповідності офіційній мові. Загальний сленг відзначається яскраво вираженими емоційно-оцінними якостями, нерідко виражає протест або насмішку проти соціальних, етичних, естетичних, мовних та інших умовностей і авторитетів [17, 75-76].

2. Спеціальний сленг: Спеціальний сленг охоплює специфічну лексику та фразеологію, пов'язану з професійною термінологією, соціальним жаргоном та кримінальними субкультурами [17, 75-76].

Примітно, що сленг набуває унікального стилістичного тону та емоційної інтенсивності, коли він виходить за межі певних соціальних чи професійних кіл і приймається особами, які безпосередньо не пов'язані з цими групами.

У сфері спеціального сленгу існують різні підкатегорії, такі як військовий сленг, медичний сленг, молодіжний сленг, сленг рок-музикантів, студентів, моряків, художників.

Отже в сучасній лінгвістиці немає єдиної думки щодо визначення сленгу. Більшість лінгвістів характеризують сленг як неформальну лексику, яка переважно використовується в розмовній мові, часто з розмовним або фамільярним відтінком. Сленгові терміни та вирази мають різне походження, причому суттєвим фактором, що сприяє їх розширенню, є еволюція значень слів із ширшого національного словника та інших мовних процесів, серед інших факторів.

## **1.2 Способи перекладу сленгу**

Переклад – це перетворення повідомлення вихідною мовою на повідомлення мовою перекладу. Точний переклад, за визначенням, неможливий вже через те, що різні мови відрізняються як у граматичному ладі, і за простою кількістю слів, не кажучи вже про відмінність культур, що може мати впливом геть спосіб і результати перекладу. При цьому, якщо порівняльні граматики і двомовні словники існують і навіть у досить

докладних випадках, у тому числі й для співвідношення української та англійської мов, то практично немає жодних порівняльних довідників з культур різних народів. Передбачається, що перекладач рівною (або майже рівною) мірою володіє як вихідною, так і перекладаючою культурами. Тим часом це далеко не так, і в більшості випадків перекладач дуже приблизно оцінює, а отже, і перекладає ті чи інші елементи або цілі категорії вихідного тексту в порівняльно-культурному плані [6, 146].

Проте тексти, засновані переважно на загальнокультурних цінностях або, принаймні, на порівнянних цінностях, цілком успішно перекладаються, якщо зосередити увагу на передачі загальних та універсальних понять і не перебільшувати неперекладність стилістичних, емоційних та оціночних компонентів вихідної інформації, які найчастіше і створюють проблеми, оскільки мають різну маніфестацію у різних національно-культурних традиціях. Ці проблеми коливаються у досить широкому діапазоні: від окремих неперекладних елементів до всього вихідного тексту, причому характер однієї й тієї проблеми змінюється залежно від напрямку перекладу.

Виконуючи переклад, перекладач насамперед визначає спосіб перекладу, тобто міру інформаційної впорядкованості для перекладного тексту. Перший ступінь у виборі способу впорядкованості полягає у визначенні того, в якому вигляді має бути представлений вихідний текст у перекладач: повністю або частково [6, 146].

Сучасний молодіжний сленг є невід'ємною частиною сучасного мовлення молоді. Він відбиває особливості сучасної культури та висловлює ідентичність молодіжної аудиторії. Однак часто дорослим не так легко розібратися у значеннях цих нових слів та виразів.

Правильний переклад молодіжного сленгу може бути непростим завданням. Адже кожен термін має власну специфіку і нерідко перебуває поза контекстом базових мовних норм. Однак, існують кілька ефективних способів, що дозволяють впоратися з цим завданням і перекласти сленг зрозумілою і правильною мовою [6, 146].

Спосіб	Опис
1. Дослівний переклад	При дослівному перекладі зберігається вихідний зміст молодіжного сленгу, але втрачено контекст та стилістика. Цей спосіб підходить для простих та поширених виразів.
2. Адаптований переклад	Адаптований переклад передбачає заміну молодіжного виразу на еквівалентний вираз у російській мові, зберігаючи при цьому стилістику та контекст.
3. Калька	Калька - це буквально перенесення словосполучення або виразу в іншу мову. При цьому зберігається вихідна структура і зміст виразу, а іноді додається коментар для пояснення.
4. Еквівалент	При використанні еквівалента перекладається сенс молодіжного вираження, але без збереження словесної форми. Цей спосіб зазвичай надає новизну та оригінальність тексту.
5. Пояснення	Пояснення — це спосіб перекладу, у якому відбувається розкриття значення і значення молодіжного висловлювання, часто з допомогою подібних слів чи порівнянь.

Вибір способу перекладу молодіжного сленгу залежить від контексту, аудиторії та мети перекладу.

Переклад молодіжного сленгу може бути складним завданням, оскільки цей жанр мови є своєрідною системою, заснованою на культурі та спілкуванні молодіжних спільнот. Однак, існують деякі універсальні техніки та принципи, які допомагають успішно передати значення та настрої сленгових виразів.

**Адаптація:** Важливо враховувати особливості цільової аудиторії під час перекладу сленгу. Необхідно адаптувати вирази та ідіоми так, щоб вони звучали природно та зрозуміло для людей з інших культурних та мовних середовищ.

**Контекстуалізація:** Розуміння контексту, в якому використовується сленгове вираження, відіграє важливу роль у його успішному перекладі. Необхідно врахувати соціальні та культурні аспекти, щоб правильно передати зміст та емоційне забарвлення висловлювання.

**Творчість:** Часто молодіжний сленг базується на грі слів, натяках та каламбурах. Важливо зберегти гумористичний та ігровий характер висловлювання під час його перекладу. Для цього перекладач може використовувати творчий підхід та знайти аналоги чи заміни, які збережуть оригінальний зміст та емоційність.

**Знання цільової культури** Для успішного перекладу молодіжного сленгу необхідно мати глибоке розуміння цільової культури. Це дозволить перекладачеві врахувати культурні нюанси, що використовуються у сленгу, та знайти найбільш підходящі еквіваленти у цільовій мові.

**Консультація носіїв мови:** Для більш точного перекладу молодіжного сленгу рекомендується звернутися до носіїв з цільової культури. Вони можуть поділитися своїми знаннями та досвідом, що допоможе у створенні найбільш природного та зрозумілого перекладу.

При перекладі сленгу ключовою складністю є передача стилістичних та експресивних особливостей лексичних одиниць оригіналу. Відповідно до



Н.К. Гарбовському, стилістично забарвлена лексика має своє багатство, свою неповторну емоційну насиченість. Тому переклад подібної лексики, безсумнівно, викликає труднощі.

Д. Чуковський зазначає, що як розпочати процесу перекладу, перекладач просто зобов'язаний визначити стиль самого автора, вивчити його досконально, відчувати його зсередини. І лише в цьому випадку йому вдасться передати ступінь впливу, закладену в тексті оригіналу і змусити читача відчувати те, що відчуває сам носій мови.

Отже, сумісність експресії лексики різних мов, в силу перелічених вище фактів, становить особливу складність. Тому у процесі перекладу який завжди вдасться підібрати потрібний еквівалент.

Зараз ми спробуємо розібратися, якими перекладацькими трансформаціями користуються перекладачі.

Необхідно зазначити, що на початковому етапі перекладачеві слід підібрати наявний аналог мови перекладу. Аналог є результатом перекладу за аналогією за допомогою вибору одного з кількох можливих синонімів. Перевага цього прийому перекладу у цьому, що такі аналоги знаходять свій відбиток у будь-якій мові. Найчастіше, сленг перекочував з однієї мови до іншої, і не є чужим, тобто. не сприймається носіями мови як іноземне слово. Давайте наведемо приклад такого аналога.

«200 bucks says that was intentional!» Переклад: «200 доларів на те, що це було спеціально.

Слово "bucks" є сленгізмом, що означає "dollars". Це слово з 90-х років закріпилося українською мовою з тим самим значенням [8, 171].

За відсутності аналогів слід звертатися до перекладацьких трансформацій. Застосування подібних трансформацій дозволяє максимально точно перекласти всі тонкощі оригіналу з урахуванням стилістичних характеристик оригіналу.

В. Н. Комісаров виділяє три категорії перекладацьких трансформацій: лексичні, граматичні та комплексні (лексико-граматичні).

Суть лексичних трансформацій, полягає у заміні окремих одиниць оригіналу, вихідної мови на лексичні одиниці перекладної мови, які є їх еквівалентами. Слід зазначити, що чіткої класифікації таких трансформацій немає. Прийнято виділяти 4 основні види трансформацій лексичних одиниць. Давайте розглянемо кожен із них.

#### Прийом конкретизації

Конкретизація- це заміна слова чи словосполучення з широким значенням слово чи словосполучення з вузьким значенням. Найчастіше доводиться стикатися з цим прийомом під час перекладу багатозначних слів, таких як thing, good, big; дієслів руху-be, have, get, come, go; дієслова мови say,tell щоб уникнути монотонності тексту можуть бути перекладені російською як словами «сказати», «розповісти» а й «велів», «наказав», «поспівчував» тощо. Ось деякі приклади конкретизації зі словом thing:

That guy didn't want to miss a thing. Той хлопчина нічого не хотів упускати.

She is a hot thing. Вона гаряча штучка. [8, 175].

The things I wanted to tell you don't matter anymore. Те, що я хотіла сказати тобі, більше не має значення.

Прийом генералізації. З допомогою даного прийому, вихідне поняття з вузьким значенням, замінюється поняття з ширшим. Цей прийом зустрічається набагато частіше при перекладі з української мови на англійську, ніж інакше. Це зумовлено тим фактом, що англійські лексичні одиниці, порівняно з українськими словами, мають більш абстрактний характер.

Вони повертаються і відвідують її протягом майже всього дня. Вони відвідують її майже щодня.

This sexy little black dress in which you'll kill your boyfriend won't cost you a thing. Ця сексуальна чорна сукня, в якій ти вразиш свого бойфренда наповал, нічого не коштуватиме тобі. Англійське слово "thing" під час перекладу було узагальнено словом "нічого". Хоча, зі словом «thing» можна

було застосувати прийом конкретизації. Ця сексуальна чорна сукня, в якій ти вразиш свого бойфренда наповал, сяде тобі в копійчину.

Прийом смислового розвитку – заміна одного поняття іншим з урахуванням їх суміжності чи логічної близькості. Наведемо приклади смислового розвитку.

How wasted were you that you can't even remember where you were yesterday?

Як же ти нажерся, що навіть не спроможний згадати, де тебе носило вчора?

В онлайн-словнику американського сленгу виразу "be wasted" дається таке пояснення: "extremely drunk". Отже, при перекладі замінили його наслідком зі стилістично зниженою лексикою.

Grab a parkin, cowboy. They just served you. Утрись, ковбой. Тебе вробили на раз-два [8, 175].

Прийом цілісного перетворення - це підвид смислового розвитку, суть якого полягає в повному перетворенні слів і словосполучень, аж до повного перетворення всієї пропозиції.

Зміни мають всеосяжний характер. В результаті подібних перетворень закріпилися навіть словникові відповідності:

Holy smokes! - Дідька лисого!

Дане словосполучення в словнику американського сленгу означає: "an exclamation of surprise". При перекладі цього виразу українською, ми використовуємо знижену лексику, яка стилістично нам цілком підходить: «чорт візьми, ну і ну, ось ті на».

Hey, man I advise you to stay away from this dirty business and just get lost! Is that clear? Гей, друже, раджу тобі триматися подалі від цієї справи і взагалі вали куди подалі.

Згідно з онлайн-словником американського сленгу, фраза «get lost» означає «to go away; leave». У нашій мові, безумовно, існує безліч перекладів

цього виразу, наприклад: «зникни», «загубися», «згинь», «йди ти», «відчепись», «пішов геть».

Грамотичні трансформації полягають у перетворенні структури речення у процесі перекладу відповідно до норм перекладної мови. Трансформація може бути повною або частковою залежно від того, чи структура пропозиції змінюється повністю або частково. Зазвичай, коли замінюються головні члени пропозиції, відбувається повна трансформація, якщо замінюються лише другорядні - часткова. Крім заміни членів речення можуть замінюватись і частини мови. Найчастіше це відбувається одночасно [9, 136].

До підвидів граматичних трансформацій належать: перестановка, заміна. Перестановка як вид перекладацької трансформації - це зміна розташування (порядку прямування) мовних елементів тексту перекладу проти текстом оригіналу. Елементи, які піддаються перестановці, є зазвичай слова, словосполучення, частини складного речення та самостійні речення у строю тексту. Англійська пропозиція, як правило, починається з підлягає (або групи підлягає), за яким слідує присудок (група присудка), тобто головне - центр повідомлення (рема) - на першому місці. Друга інформація (тема) обставини місця та обставини часу містяться в кінці. Порядок слів української пропозиції інший: на першому місці часто стоять другорядні члени речення (обставини часу та місця), за ними слідує присудок і в кінці - підлягає. Це необхідно враховувати під час перекладу. Це явище відоме під назвою «комунікативного членування речення». В англійському тексті підрядна пропозиція передує головному, в українському ж перекладі - навпаки, головне передує підрядному. Трапляються і протилежні випадки.

Заміни - найпоширеніший і різноманітний вид перекладацьких трансформацій. У процесі перекладу заміни можуть піддаватися граматичні одиниці - форми слів, частини мови, члени речення, типи синтаксичної зв'язку тощо.

а) Заміни форм слова

Заміни форм слова мають на увазі заміни числа у іменників, часу у дієслів та інших. Так норми англійської диктують вживання форми теперішнього часу в придаткових реченнях часу чи умови, тобто. там, де українське еквівалентне дієслово матиме форму майбутнього часу.

#### б) Заміни частин мови

Цей тип заміни є дуже поширеним. Найпростіший вид його - так звана «прономіналізація», або заміна іменника. При перекладі з англійської на українську відбувається зворотна заміна займенника іменником. Дуже типовою заміною при перекладі з англійської мови на українську є заміна віддієслівної іменника на дієслово в особистій формі.

Закономірною та звичайною є заміна при перекладі англійської віддієслівної іменника – імені діяча (зазвичай із суфіксом – er) на українську особисту форму дієслова.

При перекладі мають місце інші типи замін частин мови, причому часто вони супроводжуються також заміною членів речення, тобто перебудовою синтаксичної структури речення.

#### в) Заміни членів речення (перебудова синтаксичної структури речення)

При заміні членів речення слова та групи слів у тексті перекладу відбувається перебудова синтаксичної схеми побудови речення. Причини такого роду перебудови можуть бути різними.

Найпростіший приклад синтаксичної перебудови - заміна англійської пасивної конструкції української активної, за якої англійське підлягає замінюється в українському реченні доповненням, що стоїть на початку пропозиції; англійське доповнення з прийменником by при перекладі на російську мову стає підлягаючим або підлягає взагалі відсутнє (так звана «невизначено-особова» конструкція); форма пасивної застави англійського дієслова замінюється формою дійсної застави українського дієслова. При перекладі з української на англійську відбувається зворотна заміна «актив – пасив». Досить звичайними (хоча вони й не описуються в нормативних граматиках) є також випадки, коли англійська підлягає перекладу

українською мовою замінюється обставиною. Ця трансформація потребує також заміни перехідного дієслова англійської пропозиції неперехідним дієсловом (або, рідше, дієсловом у формі пасивної застави) в українській пропозиції. У багатьох випадках перебудова синтаксичної структури визначається міркуваннями не граматичного, а стилістичного порядку [9, 136].

У більшості випадків при перекладі з англійської мови на українську структура українського речення у перекладі відрізняється від структури англійського речення. У ньому інший порядок слів, інше слідування частин речення, часто інший порядок розташування самих речень - головного, придаткового та вступного. У ряді випадків частини мови, якими виражені члени англійської речення, передаються відповідно до інших частин мови. Усе це пояснює широке використання граматичних трансформацій під час перекладу.

### **1.3 Сленг у кіноперекладі**

Швидке зростання кіноіндустрії можна пояснити глобальною популярністю фільмів і телесеріалів. В умовах гострої конкуренції творці намагаються захопити свою аудиторію різними методами. Режисери, як правило, мають чітке розуміння своєї цільової аудиторії та адаптують свою роботу, щоб резонувати з нею. У випадку з молодіжними серіалами, які знаходяться в центрі нашого дослідження, сценарій часто включає специфічну мову та лексику героїв, додаючи виразності та емоційної глибини розповіді.

Переклад фільмів вимагає делікатного та тонкого володіння мовою, вимагаючи від перекладачів постійного оновлення своїх знань і досвіду. Вирішальним елементом міжнародного успіху будь-якого фільму є якість його перекладу на іноземні мови. Вправний переклад може піднести «середній» фільм до блиску. Ідеальний переклад фільму має достовірно передавати зміст фільму, а перекладач несе відповідальність за те, щоб

аудиторія в будь-якій країні правильно зрозуміла задум режисера, не викликаючи жодних конфліктів. В даний час двома найпоширенішими способами перекладу фільмів є дубляж і субтитрування. Перегляд фільмів мовою оригіналу з субтитрами дає змогу глибше зрозуміти особливості мовлення персонажів, їх особливості та вади мовлення, що може ускладнити процес перекладу.

У процесі перекладу фільмів і серіалів перекладач стикається з різними проблемами, зокрема з вибором тактик і стратегій для передачі різних реалій, роботи з нееквівалентною лексикою, пошуку еквівалентних виразів різної складності, обробки інтертекстуальних елементів, узгодження тексту з культурними очікуваннями аудиторії та синхронізації з візуальними засобами, що часто призводить до згущення діалогу. Д. Бузаджі підкреслює, що при перекладі кінотексту перекладач обирає стратегію, яка відповідає цільовій аудиторії, художній манері творців, жанровим вимогам. Необхідно також враховувати соціальний статус, культурне походження та вік персонажів, а також достовірно відтворювати специфічний гумор і сленг [5, 64-75].

Щоб краще зрозуміти процес перекладу кінотексту, корисно проаналізувати цю тему з точки зору теорії мовної комунікації, особливо досліджуючи зміст мовленнєвих дій. Це надзвичайно важливо, оскільки зміст оригінальних мовленнєвих актів має бути ефективно передано глядачам перекладеної версії. А. Швейцер виділяє чотири компоненти змісту висловлювання:

1. Означний зміст: Це стосується логічної теми та опису певних ситуацій.

2. Синтаксичний зміст: визначається характером синтаксичних зв'язків всередині елементів висловлювання, по суті, його граматичною структурою.

3. Конотативний зміст: На цей елемент впливають функціональні, стилістичні та експресивні нюанси мовного вираження.

4. Прагматичний зміст: Він формується через відносини між мовним виразом та учасниками комунікативного акту, відображаючи їх суб'єктивне ставлення до тексту в контексті використання мови [18, с.67].

Переклад фільмів – це надзвичайно складна форма перекладу, яка вимагає високого професійного рівня. Якість перекладів часто страждає через неадекватну лінгвістичну підготовку, недостатнє володіння цільовою мовою (в даному випадку українською) та загальний нижчий рівень освіти. У процесі перекладу сценарію фільму основна мета перекладача виходить за межі відтворення синтаксичної та семантичної структури тексту та використаної фразеології; вони також повинні враховувати його функціональні та прагматичні аспекти.

Переклад відіграє ключову роль у будь-якому фільмі іноземною мовою, оскільки мова є одним із найважливіших компонентів світогляду суспільства, що відображає сприйняття реальності носіями. Це підкреслює першочергову важливість якості будь-якого типу перекладу. Насправді приблизно 80% успіху фільму залежить від якості роботи перекладача. Добре виконаний переклад може піднести «середній» фільм до статусу шедевра. Зокрема, переклад назви фільму є серйозним завданням для відповідального спеціаліста, незважаючи на стислість цієї мовної одиниці. Ідеальний переклад назви фільму має точно включати зміст фільму.

Для перекладача вкрай важливо володіти мовою, постійно поповнювати свій словниковий запас і бути налаштованим на мовні зміни. Мова розвивається з часом, щороку з'являються нові слова та сленг. Крім того, перекладач повинен проявляти творчі здібності, оскільки часто неможливо виконати дослівний переклад, особливо заголовків, без втрати сенсу та лаконічності. Назви фільмів насамперед створені для того, щоб привернути увагу якомога ширшої аудиторії в країнах, де фільм розповсюджується, причому на міжнародний успіх і касові збори безпосередньо впливає якість перекладу. Ось тут і постає проблема розуміння особливостей кожної культури – що може зацікавити потенційного



глядача, а що може відштовхнути або навіть образити вибагливу аудиторію. Для перекладу назв фільмів використовуються різні методи.

Існують різні види перекладу фільмів:

1. Дубльований переклад: це поліфонічний професійний переклад, у якому іноземна мова повністю замінена мовою перекладу. Мета полягає в тому, щоб повністю замінити оригінальні голоси акторів, зберігаючи фонові звуки та ефекти, на дубльовані голоси головних героїв і випадкові розмови.

2. Закадровий переклад: Тут мова акторів накладена на оригінальну звукову доріжку фільму. Цей тип перекладу популярний, але не підходить для великого екрана.

3. Аматорський переклад: Цей вид перекладу виконується непрофесійними перекладачами. Він може бути неякісним, але може бути емоційно насиченим з використанням сленгізмів найбільш відповідних оригіналу. Аматорські переклади бувають багатоголосими, двоголосними та одноголосними.

4. Авторський переклад: Ці переклади виконує одна особа. Серед відомих діячів, які займалися авторським перекладом, — Леонід Володарський, Олексій Михальов, Андрій Гаврилов, Юрій Живов, Павло Санаєв, Петро Іващенко, Дмитро Пучков.

5. Субтитри: Для осіб із недостатнім знанням мови оригіналу (наприклад, англійської) використовуються субтитри. Субтитри передбачають текст, що супроводжує фільм мовою оригіналу або переклад на іноземну мову.

Переклад фільмів передбачає одночасно письмовий і усний переклад. Щоб зберегти стилістичні та смислові відтінки фраз, текст у режимі реального часу порівнюється з відео. Це допомагає розрізнити ліцензійні та піратські копії, оскільки піратські версії часто перекладаються лише на слух, що призводить до низької якості.

Іншим складним аспектом є вибір фраз, які будуть не тільки семантично точними, але й відповідної довжини. Перекладати науково-

популярні та документальні фільми – справа складна, необхідна широка перспектива та розуміння інтонації. Для перекладу відеоматеріалів у вузьких галузях важливо мати спеціальні знання з предмета.

Одним із найскладніших аспектів перекладу фільмів є передача прямої мови. Для ефективного перекладу документальних та художніх фільмів необхідно добре володіти цільовою мовою, розуміти діалог актора у фільмі та зрозуміло донести його до аудиторії. Це передбачає врахування таких факторів, як культурне походження мовця, вік, контекстуальне значення фраз і образність композиції. Переклад гумору також може бути особливо складним, оскільки різні культури мають різні інтерпретації жартів і комедійних елементів.

Переклад сленгу у фільмах може бути складним завданням, оскільки він включає в себе фіксацію суті, тону та культурного контексту мови оригіналу, роблячи діалог доступним для цільової аудиторії. Ось деякі стратегії та міркування щодо перекладу сленгу у фільмі:

1. Підтримувати культурну автентичність:

- Якщо сленговий термін пов'язаний із певним культурним чи регіональним контекстом, спробуйте знайти еквівалентний термін у цільовій мові, який передає подібний культурний чи регіональний відтінок.

2. Заміна:

- Заміна сленгового терміну подібним розмовним виразом або ідіомою в цільовій мові. Це гарантує збереження тону та гумору.

3. Пояснення:

- Якщо сленговий термін має вирішальне значення для сюжету чи розвитку персонажа, надайте пояснення через контекст, субтитри чи додатковий діалог, щоб допомогти аудиторії зрозуміти його значення.

4. Додавати виноски або підзаголовки:

- У деяких випадках може бути доцільним використовувати підзаголовки або виноски, щоб пояснити значення особливо незрозумілого або культурно-специфічного сленгового терміну.

#### 5. Створення нового сленгу:

- Якщо прямий переклад не передає суті оригінального сленгу, ви можете створити новий сленг, який резонуватиме з цільовою аудиторією. Такий підхід корисний для збереження гумору та індивідуальності характеру.

#### 6. Транслітерація:

- Для сленгових термінів, фонетично схожих в обох мовах, може працювати транслітерація. Це означає подання звуків сленгового терміна без перекладу його значення.

#### 7. Зважати на цільову аудиторію:

- Розуміння вподобання та чутливість цільової аудиторії. Деякий сленг може знадобитися адаптувати відповідно до культурних і мовних очікувань аудиторії.

#### 8. Підтримувати особистість персонажа:

- Необхідно переконатися, що перекладений сленг відображає особистість і риси персонажа, оскільки сленг може бути способом визначення персонажів в історії.

#### 9. Звернутися до носіїв мови:

- Якщо можливо, співпрацюйте з носіями мови або експертами з цільової мови, щоб переконатися, що перекладений сленг передає передбачуване значення та нюанси.

#### 10. Використання контексту:

- За можливості необхідно покладатися на контекст, наданий фільмом, щоб передати значення сленгового терміна без явного перекладу.

#### 12. Послідовність:

- Необхідно бути послідовними в перекладі конкретних сленгових термінів у всьому фільмі, щоб зберегти зв'язність.

Сленг може додати фільму глибини, гумору та культурної автентичності, але він вимагає обережного поводження під час перекладу, щоб гарантувати збереження суті оригінального діалогу. Мета – знайти баланс між культурною автентичністю та доступністю для цільової аудиторії.

Сленг у кіноперекладі - це важливий аспект перекладу, оскільки він може містити культурні, суспільні, термінологічні та емоційні аспекти, які важко передати без втрат в перекладі. Перекладачам доводиться вирішувати, як відтворити відтінки сенсу, тону та стилю, що містяться в сленгових виразах.

Ось кілька важливих аспектів перекладу сленгу в кіно:

1. Збереження смислу: Перекладачам необхідно зберігати смисл сленгових виразів або надавати їм аналогічне значення в цільовій мові. При цьому важливо враховувати, як цей сленг використовується в конкретному контексті.

2. Збереження стилю та тону: Слова та вирази у сленгу часто несуть емоційний або іронічний характер. Перекладачі повинні намагатися передати цей тон та стиль в перекладі.

3. Локалізація: В деяких випадках сленг потребує локалізації, оскільки вирази або вирази можуть бути специфічними для певної культури чи регіону. Перекладачі повинні вибирати сленгові вирази, які зрозумілі та відповідні для цільової аудиторії.

4. Еквівалентність виразів: В деяких випадках може бути важко знайти точний еквівалент сленгових виразів. У такому разі перекладачам доводиться знаходити аналогічні вирази або створювати нові, щоб передати сенс та стиль.

5. Специфічний контекст: Перекладачам слід бути уважними до контексту, в якому використовується сленг. Один і той самий вираз може мати різний переклад в залежності від контексту.

6. Сенсорна локалізація: Деякі вирази у сленгу можуть бути образними або використовувати метафори, які не мають аналогів у цільовій мові. Перекладачі повинні бути креативними та вигадувати аналогічні образні вирази.

Узагальнюючи, переклад сленгу у кіноперекладі - це складний процес, який вимагає розуміння культурних та мовних контекстів, а також тонкощів

стильового вираження. Добрий переклад сленгу допомагає зберегти автентичність та виразність персонажів у фільмі для глядачів цільової аудиторії.

#### **1.4 Способи утворення сленгізмів.**

Утворення сленгових термінів приділяє значну увагу в контексті розвитку мови та розширення лексики сучасної англійської мови, зокрема її американського варіанту [4, с. 20].

У рамках цього дослідження автори визначають концепцію інновацій американського сленгу як нелітературні, емоційно насичені неологізми та словосполучення, що характеризуються значеннями, які виникають через модифікацію початкового значення однієї чи кількох лексем, які зазвичай використовуються в неформальній розмові. мова.

Сленгові вислови і словосполучення неоднорідні за своїм утворенням. Основним фактором є зміна значення слів загального словника. Створення сленгу передбачає використання багатьох тропів, характерних для розмовної мови. Одним із продуктивних процесів експансії сленгових слів і виразів є метафоризація. Такі сленгізми, як *blue-stocking* - «жінка-вчений, яка втратила жіночність», *bosom chums* - «воші», *stuffed shirt* - «пихата нікчема» (про багату людину або ту, яка обіймає високу посаду), *rock* - «тінейджер, який захоплюється рок-н-ролом», *pickers* - «руки», *grit* - «твердість характеру», *bracelets* - «наручники», слугують яскравими прикладами метафор [11, с. 46]. Існує багато метафоричних термінів для голови, таких як *attic*, *brain pan*, *hat-peg*, *nut*, *upper storey* тощо, для грошей: *ballast*, *balsam*, *sugar* [1]. Обидві ці категорії можна розширити, оскільки вони є центральними у феномені синонімічної атракції, що передбачає накопичення синонімів для певного поняття. Особливо яскраво це явище проявляється в сленгу, де можна знайти розгалужені синонімічні ряди, пов'язані з грошима, дівчатами (особливо

привабливими), алкогольними напоями, барами, п'янністю, крадіжкою, обманом, дендизмом. Різниця між цими синонімами полягає не в їхньому значенні, а скоріше в їх хронологічному вживанні, оскільки вони, як правило, недовговічні та швидко змінюють один одного. Внаслідок цього одні сприймаються як нові, а інші стають застарілими.

Сленгові терміни часто утворюються шляхом розширення значення. Наприклад: applesauce - «дурниця, нісенітниця»; ban- bee - «півпенні»; bird - «дівчина або хлопець»; char - «робота»; doll - «гарна дівчина або жінка»; lift - «красти».

У сленгу спеціалізація, що досягається шляхом звуження значення, менш продуктивна, ніж у книжній мові. Прикладом сленгу, утвореного через спеціалізацію, є «the chair», що означає електричний стілець [11, с. 46].

Словотворення через композицію також є продуктивним у сленгу та зазвичай поєднується з метафоричним перетлумаченням. Наприклад, «backscratcher» означає підлещувач; «he-man» відноситься до сильного хлопця; "eyewash" означає окомилування; а «lickspittle» означає підлабузник [14, с. 79].

Афіксація відіграє порівняно незначну роль у сленгу, і цей процес завжди відзначений яскравою образністю. Наприклад, слово «ніс» може бути smeller, sneezer, snorter тощо з використанням суфікса -er для творення цих слів. Афіксація в сленгу не обов'язково передбачає використання стандартних афіксів. Натомість це часто передбачає спонтанне створення слів на основі доступних матеріалів. Ось як слово «zoomaty» (що означає дуже швидко рости або стрибати) було утворено від «zoom» за допомогою суфікса, подібно до того, як було утворено «lickety-split» (що означає дуже швидко), який також використовувався для "bumpety-bump" (що означає натрапляти на) і "hippity-hop" (що означає рухатися з погойдуванням) – усі вони передають швидкий рух.

У сленгу також використовується суфікс -ee, який, окрім свого звичайного агентивного значення, має загальне значення «речовості». Наприклад, «lifter» стосується довічного позбавлення волі.

Крім того, в сучасній американській англійській мові активно використовується морфема -fest, яка була запозичена з німецької мови в середині XIX століття через такі слова, як «Sängerfest» і «Turnfest» [22, с. 161]. Ця морфема використовується для творення сленгових слів і розмовних термінів, найчастіше функціонуючих як іменники. Наприклад, «slugfest» означає боксерський поєдинок, який характеризується великою кількістю потужних ударів; «хітфест» відноситься до бейсбольної гри зі значною кількістю хітів; «smokefest» — зібрання, де багато людей курять; «songfest» — захід, де учасники широко співають тощо [22, с. 161].

Еволюцію словникового складу англійської мови можна спостерігати через створення нових лексичних одиниць шляхом злиття слів. Ось кілька прикладів: "gritch" - буркотлива жінка (grouch + witch), що означає сварливу або неприємну жінку; "scrummy" - суміш "scrumptious" і "yummy", що вказує на щось смачне та чудове; "fantabulous" - злиття "фантастичного" та "казкового", яке використовується для опису чогось надзвичайно чудового.

Сленгові новотвори можуть утворюватися також за допомогою скорочення слів. Наприклад, «dorm» походить від dormitory; hash від hashish; hure від huro, яке в свою чергу є скороченням словосполучення hypodermic needle; tach від tachometer; teach від teacher [20, с. 22]. У загальній лексиці такі терміни, як cab - cabriolet; bus - omnibus; biz – business.

Кумедні і часто дещо грубі аббревіатури також поширені в сленгу. Приклади: You'd better shut up PD Q = pretty damn quickly; on the QT = on the Quiet; D and D = drunk and disorderly, S O B = son of a bitch, O.K. = all correct та його антонім NBG = no bloody good. Цікавим прикладом словотворення за допомогою аббревіатури є тепер уже застарілий термін the Elevated Railway - the Elevated - the El - the L для позначення наземної системи поїздів у Нью-Йорк.

У сленгу також широко використовуються однослівні дієслова або прикметники в поєднанні з прийменниками. Приклади включають «*rip off*» (вкрасти), «*flip out*» (втрачати розум), «*freak out*» (галюцинувати під впливом наркотиків), «*bum out*» (пригнічувати) і «*burn on*» (вчитися) [25, с. 11].

Навпаки, процес, відомий як «зворотне утворення», відбувається, коли кілька складів вилучаються з кінця слова, а повне значення зберігається. Приклади включають «*buzz*» від «*buzz off*» (щоб зникнути або втекти), «*key*» від «*key up*» (щоб збудити), «*cleaned*» від «*cleaned out*» (щоб вкрасти або пограбувати), і «*shack*» від «*shack up*» (ночувати у когось)[1].

Конверсія є одним із найпродуктивніших способів словотворення в сучасному англійському сленгу, що відображає принцип економії в мові. Приклади сленгових інновацій, утворених шляхом конверсії, включають «*to bust*» (що означає заарештувати або провести рейд), похідне від «*bust*» (поліцейський рейд), «*to соор*» (що означає спати під час чергування в патрульній машині), похідне від «*соор*» (схованка для поліцейського) і «*to frag*» (у значенні вбити чи поранити), що походить від «*frag bomb*» (вибуховий пристрій) [1].

Редуплікацію, продуктивний спосіб словотворення в американському сленгу, можна спостерігати в таких словах, як «йо-йо» (любитель або новачок), «нітті-гритті» (суттєві факти або деталі), «супер-пупер» ( щось надзвичайно значне або перебільшене) та інше [20, с. 22-23].

Сленг часто передбачає значні фонетичні та семантичні зміни в запозичених словах. Наприклад, "містифікація" означає обман, що походить від "hocus rocus", а "carouse" означає надмірне вживання алкоголю, що походить від німецької фрази "Gar aus!" значення «знизу вгору».

На розвиток і збагачення сленгу в Сполучених Штатах також впливають інші мовні джерела, включаючи мови іммігрантів, мову споживачів наркотиків, військовий жаргон, кримінальний сленг, мову моряків, мову музикантів і ентузіастів джазу та сучасної музики. , мова фінансових і ділових кіл, мова студентів коледжів і університетів, мова



школярів і підлітків, мова артистів і професіоналів шоу-бізнесу, бейсболістів, спортсменів і вболівальників, мова хіпі.

Розглядаючи способи утворення одиниць сленгу, вчені виділяють і досліджують найрізноманітніші мовні інструменти, до яких входять зміна у значенні (метафора, генералізація), фонетичні зміни, словоскладання, зрощення, конверсія, запозичення, звуконаслідування, римування та редуплікація.

Метафоризація загальновідомих мовних одиниць є одним із найбільш продуктивних способів утворення сленгу, що використовуються американським лінгвокультурним співтовариством. Так, наприклад, вирази «old bat» (дослівно «стара кажан») або «rasc rat» (дослівно «пакувальний щур») перетворюються шляхом додавання метафоричної конотації для позначення в першому випадку неприємної ста-рухи і в другому випадку - людину, яка ніяк не може розлучитися з усяким мотлохом у своєму домі. Іншим прикладом може вважатися іменник «maggot» - «черв'як», що у США вживається у переносному значенні позначення сутенера чи сигаретного недопалка. Вираз "dust someone's pants" (дослівно "вибити пил зі штанів"), піддавшись процесу метафоризації, означає "шльопнути по попі" (наприклад, дитину).

Велика кількість американських сленгізму - мовні дублети нейтральних або розмовних одиниць. Крім того, на особливу увагу заслуговує частина американського сленгу, що представляє собою емоційно забарвлену лексику, яка найчастіше має негативну конотацію (глузи, іронія або пародія тощо). Необхідно відзначити, що внаслідок впливу молодіжного лексикону американський сленг часто будується на введенні висловлювань, пов'язаних із вживанням алкоголю та вечірками, причому серед них переважають сленгізми з домінантами «наркотики», «алкоголь», «секс». Наприклад, "to chill" - розслабитися; «a bar fly» - хлопець або дівчина, що проводить весь вільний час у барах; "get high" - бути на наркотиках, під кайфом, "vanish remover" - низькосортний віскі. Очевидно, що для американського сленгу

відмінною особливістю функціонування нестандартної лексики є негативна ціннісна орієнтація, характерна для внутрішньогрупового спілкування та соціальних ситуацій використання сленгу.

В американському сленгу широко використовуються різні види аббревіатур, акронімів та усічених форм, які продукують експресивно забарвлені скорочення. Такі скорочення та усічення можуть вживатися в різних цілях:

1) для маскуванню табуйованих одиниць, вони сприймаються як напівевфемізм. З метою дотримання норм пристойності наведемо приклади без розшифровки: V.D.S. - «Самонадіяний», V.F.D. - "Кого хвилює?", F.O. - «Відвали!», C.Y.A. - «підстрахуватися»;

2) з метою мовної економії: YAP (Young rican Professional) – забезпечена, освічена моло-деж, TPT (Trailer Park Trash) – бідний білий, що проживає в автопричепі, BYOB (Bring Your Own Booze) – приносити із собою спиртне), D and D (drunk and disorderly) - п'яний, що порушує громадський порядок,

O. K. guy – нормальний хлопець, fundas – fundntals – основи, rony – pepperoni – піца з ковбасою пепероні, ammo – ammunition – зброя, amp – amroule – наркотик, bro – brother – братан (популярне звернення негрів чоловічої статі один до одного), Dammit! (damn it) - чорт забирай! ;

3) для надання жартівливого забарвлення: «LS and players» - зневажливу назву студентів Мічиганського коледжу літератури, природничих наук і мистецтв, «Eco freak» - людина, схилена на охороні навколишнього середовища, «desk DJ» - офісний працівник [1].

Система американського сленгу також широко представлена вигуками, що надають експресивне забарвлення висловлюванню і службовцями для безпосереднього вираження волевиявлення, почуттів та емоцій (як позитивних, так і негативних): здивування (bonk! chyaа! eesh!), радості (woopу-wo !), порушення (squish! woochow!), захоплення (va-voom!), злагоди (bet! dude! ah... ja!), незгоди (bet! dude! ta huh!), збентеження (sqeebs! erf! ),

недовіри (badand), несхвалення (boo!), огиди (shiznet!) [там же]. Емоційність сленгу може також виражатися шляхом створення неологізмів і okazіоналізмів, що виявляють стійкість при переході в інші стилістичні пласти. Наведемо приклади: "rentals" - "parents" - батьки, "digit head" - той, хто багато працює з комп'ютером, "brainiac" - розумна людина, "floppy disk" - зубрила, "scank" - дурненька, негарна дівчина, " Mickey Mouse» – офіцер поліції, «back door/room» – підпільний бізнес або блат.

Сленгові одиниці американського варіанта англійської мови також нерідко утворюються за допомогою римованої заміни вихідної одиниці вторинною одиницею. При цьому вторинна одиниця приймає семантику першої одиниці. Наприклад, I don't Adam and Eve you - I don't believe you. /Я тобі не вірю; How is your fork and knife? - How is your wife? / Як поживає твоя дружина . Необхідно відзначити, що багато виразів римованого сленгу, присутні в американському варіанті англійської мови, виявляють досить високий ступінь стійкості та поширення.

Американські сленгізми нерідко утворюються за допомогою так названого «зворотного сленгу» або словесної інверсії, що полягає в шифруванні сенсу шляхом перевертання слова навпаки (наприклад, good - doog) [11].

Сленгізми - це неформальні слова, вирази або вираження, які використовуються певною соціальною групою або підлітками і які можуть відрізнятися від стандартної лексики мови. Їх утворення може бути наслідком творчої мовної діяльності та культурних особливостей цієї соціальної групи. Сленгізми можуть бути важливим елементом спілкування та ідентифікації групи людей.

Таким чином, виділяють способи утворення сленгізмів:

1. Перехід значення слів: Сленгізми можуть утворюватися шляхом зміни значення стандартних слів або виразів. Наприклад, слово "cool" у англійській мові може вживатися в значенні "чудово" або "круто". В українському перекладі це може бути виражено як "класно" або "круто".

2. Словотвір: Деякі сленгізми створюються за допомогою слів іншомовного походження або за допомогою скорочень. Наприклад, слово "blog" (від "weblog") може бути українським сленгізмом "блог".

3. Аббревіатури та скорочення: Сленгізми можуть містити аббревіатури або скорочення, які стають загальноживаними в мовленні. Наприклад, "LOL" у англійському мовленні означає "Laugh Out Loud" (сміятися вголос). Український еквівалент може бути "СМІШ".

4. Метафори і порівняння: Деякі сленгізми використовують метафори та порівняння для створення нових слів або виразів. Наприклад, англійський вираз "to spill the beans" (пролити боби) означає розповісти секрет. Український переклад може бути "викинути всі картки на стіл".

5. Контекстуальні вирази: Деякі сленгізми можуть бути зрозумілими тільки в певному контексті або серед певної соціальної групи. У таких випадках важливо надати пояснення або вибрати аналогічні вирази в українському перекладі.

При перекладі сленгізмів важливо враховувати культурні та лінгвістичні відмінності між мовами, зберігати стиль та специфіку мови персонажів і гарантувати зрозумілість та автентичність перекладу для цільової аудиторії.

### **1.5 Лінгвістичні та культурні особливості американського сленгу**

Американська англійська виявляє своєрідні відмінності, які можна ідентифікувати на всіх рівнях. Однією з таких відмінностей є система сленгізму. Вони зрозумілі значної частини лінгвокультурного співтовариства США і мають широке поширення в побутовому спілкуванні американців (40-60% сленгу), але не прийняті як офіційний засіб спілкування його представників і обмежені приналежністю тих, хто говорить до різних вікових і соціальних груп і відсутністю факту особистого знайомства [12, нар. 119].

Засновник американської школи сленгознавства С. Флекснер зазначає, що сленг є частиною субстандарту, складеною з кента, жаргону, аргю різних підгруп населення, вузьких професіоналізмів і випадкових словотворів, і відносить до американського весь існуючий у США сленг незалежно від того, звідки він прийшов і де ще він функціонує.

Описуючи особливості американського сленгу, С. Флекснер звертається до екстралінгвістичної, соціальної сторони мови. Він вказує, по-перше, на відображення американським сленгом характерних рис своїх творців і носіїв, а по-друге, зазначає його живучість, яку пов'язує з такими факторами, як свобода спілкування, відсутність офіційних спроб очищення мови та велика мобільність населення [22,с.42].

Е. Партридж виділяє такі відмітні ознаки американських сленгізмів, як швидкі зміни у словниковому складі американського сленгу, його брутальний характер, велика кількість запозичень і тісний зв'язок з кентом [23, с.71]. С. Флекснер також вказує на гендерні особливості американського сленгу, зазначаючи, що більша частина американського сленгу створена і використовується чоловіками, оскільки чоловіки працюють більше жінок, сфери їхньої зайнятості різноманітніші і ширші, ніж у жінок, у них більше знайомств, а слідує тельно, вони більше спілкуються і розширюють словниковий запас. Теорія С. Флекснера містить також і власне лінгвістичні дослідження, внаслідок чого концепцію дослідника можна охарактеризувати як перший власне соціолексикологічний підхід до опису просторічної лексики американського ареалу, що поєднує в собі два важливі аспекти - соціолінгвістичний та словотвірний [21,с. 44].

На думку Р. Спірса, особливість американського сленгу полягає ще й у тому, що він спричиняє значні труднощі у розумінні. Це зумовлено низкою причин, серед яких можна назвати установку на фамільярний тон спілкування, відсутність прагнення до детального продумування змісту розмови, недостатній рівень освіченості розмовляючих, тенденцію зниження регламентуючого впливу мовної норми, експансію молодіжного жаргону, що

значно впливає на формування загальноповживаних мовних засобів, що використовуються в американському варіанті англійської мови [26, с. 28].

А. Д. Швейцер вказує на характерну для американських сленгізмів конотацію солідарності до своїх і ворожості до чужих. Протиставлення «свій - чужий» знаходить своє відображення у серії сленгізмів, які застосовуються щодо чужинців, які не здатні або не хочуть влитися в ту чи іншу групу. Наприклад, у молодіжному сленгу слово «drip» використовується для позначення молодої людини, що не поділяє захоплень представників своєї вікової групи, а слово «buddy» вживається у значенні «свій, друг» [18, с. 102].

Що означають сьогодні такі слова зі сленгу, як «lounge lizard» або «sockdolager»? «The rican Heritage Dictionary» навіть не реєструє сленговий термін «lounge lizard», а сленговий термін «sockdolager» позначено як архаїчний. Лише звернувшись до словників із попередніх видань, можна виявити, що колись поширена фраза «lounge lizard» використовувалася для позначення «завсідник дансингів», тоді як «sockdolager» означала «вирішальний аргумент». Тому для сучасного американця, не кажучи вже про іноземця, ці слова не зрозумілі, оскільки вийшли з моди. Сленг зазвичай розуміється в епоху, коли він активно використовується в мові.

Однак багато слів зі сфери сленгу остаточно закріплюються в мові, стаючи її невід'ємною частиною. Колись значення слова «бонус» було відомо лише вузькому колу біржових маклерів, а зараз це слово є складовою як англійської, так і української мов. Американський сленг можна знайти в усіх лінгвістичних джерелах, незалежно від конкретної групи, наприклад іммігрант, наркоман, моряк, студент, залізничник тощо. Особливої уваги заслуговує студентський сленг, який складається з емоційно насиченої лексики, часто з саркастичним або пародійним відтінком, що є характерною рисою будь-якого професійного жаргону.

Наприклад, розглянемо такі сленгові терміни, як *basen* і *police* (поліцейські), *beef* і *problem* (незгода, питання), *buffalo chick* і *fat female* (жінка із зайвою вагою), *business class* і *fat, too large to fit in a normal-sized seat*

(занадто велика вага, щоб поміститися на звичайному сидінні), dark side i the student neighborhood (студентський район), seed i offspring, child (дитина), Death Star i Social Science Building at UCD (будівля для соціальних наук в Каліфорнійському університеті в Девісі) , серед багатьох інших. Як видно з цих прикладів, метафоричний перенос відіграє значну роль у формуванні цих одиниць.

Активне використання сленгу в спілкуванні закономірно знаходить своє відображення в американській літературі, засобах масової інформації, мистецтві та різних аспектах суспільного життя. Лексичні та фразеологічні одиниці американського сленгу вживаються як у мові персонажів, так і в авторських описах.

У Сполучених Штатах однією з найпоширеніших сфер утворення та функціонування сленгових термінів є засоби масової інформації. Понад 60% сленгових термінів походять із цієї сфери. У пошуках виразності та способів передачі оцінки ЗМІ звертаються до скорочених і нелітературних лексичних одиниць, які володіють значними стилістичними ресурсами та пожвавлюють мову газет (як друкованих, так і електронних), телевізійних передач, блогів. Привабливість сленгової лексики настільки значна, що журналісти часто вживають її поряд із загальноприйнятими словами або у побудові вільного словосполучення.

Як відомо, будь-яка літературна мова виконує певні функції, наприклад служить засобом комунікації, передачі та отримання інформації; будучи частиною загальнонаціональної мови, сленг, природно, виконує самі загальновідомі функції, як і мову загалом. Проблематиці функціонального призначення сленгу присвячені роботи багатьох лінгвістів, що спеціалізуються в даній науковій галузі], в т. ч. і молодих дослідників, які виявляють особливий інтерес у вивченні проблем сучасного сленгу. Незважаючи на деякі труднощі у визначенні критеріїв відокремлення сленгу від жаргону, колоквіалізму і діалектизмів, сленг, безсумнівно, є активною складовою розмовної мови. Яскраво виражена емоційно-оцінна забарвлення,

образність і мовна гра сленгу дозволяють реалізовувати ряд специфічних функцій.

Сленг тією чи іншою мірою характеризується депреціативністю та домінуванням репрезентативної функції [11]. Ми виділяємо такі функції сленгу: демонстративна, корпоративна, функція творчого самовираження. Принципова відмінність зазначених функцій сленгу від традиційно-визначуваних (комунікативної, когнітивної, номінативної, експресивно-світоглядної та ідентифікаційної) обумовлює наукову новизну даного дослідження.

Демонстративна функція сленгу особливо яскраво проявляється в молодіжному середовищі. Очевидно, що саме в юнацькому віці використання сленгових виразів молодими людьми пояснюється їхньою потребою у самовираженні та розумінні з боку своїх однолітків. Прагнення людини виділитися з натовпу, привернути до себе увагу обумовлює активне вживання сленгу в мові. Будучи яскравими, образними, фамільярними, сленгізми дозволяють молодій людині зашифрувати свою мову, створити ефект новизни у спробі стати непохожим на інших, проявити індивідуальність.

Зокрема, для реалізації цієї мети сучасні підлітки та молоді люди активно використовують сленгізми, запозичені з англійської мови: шейміть – соромити (від англ. sh – сором), лузер – невдаха (від англ. loser – невдаха), чекати – дивитись, перевіряти (від англ. Check - перевіряти).

Безумовно, не тільки соціальні взаємини є сферою використання сленгу в мові [12, с. 175]. Особистісна ідентифікація людини, що вживає сленг, є важливою характеристикою досліджуваного феномену, оскільки, використовуючи сленгізми, людина позиціонує себе у своїй соціальній групі [13, 14]. Однак демонстративне використання сленгізмів може дати протилежний (негативний) ефект і викликати негативну реакцію співрозмовників при спілкуванні з представниками вищого освітнього або соціального статусу [15]. У цьому відбувається порушення соціальної



дистанції між учасниками комунікативного акта. Прикладами подібних ситуацій можуть бути виступи учасників на конференціях з науковими доповідями або відповіді студентів на іспитах, що передбачають використання літературної мови. Оскільки сленг відрізняється своєю протиставленістю встановленому порядку, його використання може виглядати образливим і зухвалим - від легкої нешанобливості до відвертого хамства [16]. Отже, сленгові фрази повинні вживатися доречно і не виходити за рамки етикету та пристойності.

У середовищі спеціального сленгу реалізується його корпоративна функція, що відбувається в результаті позначення приналежності того, хто говорить до тієї чи іншої «корпорації», з якою його пов'язує професійна спільність, при цьому незнання спеціального сленгу виштовхує того, хто говорить за межі даної «корпорації». Ідеологічний кругозір конкретних соціальних колективів втілюється через «соціальні мови», відповідно, кожен індивід має самостійно пробиратися через смислове середовище цієї мови з метою досягнення свого сенсу та своєї експресії.

Так, наприклад, учасник мовного акту в середовищі «комп'ютерників» може відчувати труднощі в комунікації, не володіючи значеннями певних слів: аттач - файл, що прикріплюється; адмін – адміністратор; інсталювати - встановлювати будь-яку програму; айтїш-нік - спеціаліст у галузі інформаційних технологій; серфить - переглядати Інтернет у пошуку інформації<sup>1</sup>. Подібна ситуація може скластися і при спілкуванні з американськими поліцейськими, у професійній сфері яких використовуються такі сленгізми: frequent flyer - людина, яку часто заарештовують; organ donor – мотоцикліст без шолома; zebra – сержант, якого недолюблюють; cue ball - злочинець з голеною головою; sage - ізолятор.

Багатьом дослідників у сфері сленга величезну труднощі викликає пояснення мотивації освіти, і навіть прихованої семантики спеціальних сленгізмів [17, с. 113]. При цьому корпоративна функція спеціального сленгу дозволяє фахівцям відчувати себе представниками замкнутої

спільноти та розуміти одне одного з півслова. Через незнання реалій та інтересів тієї чи іншої соціальної або професійної групи та специфіки її роботи процес спілкування непрофесіонала в конкретному професійному мовному середовищі може бути утруднений.

Корпоративна функція сленгізмів підтверджується і тим фактом, що та сама сленгова одиниця використовується у різних «корпораціях» у різних значеннях (назвемо це «сленговою омонімією»). Кожна «корпорація» дає власну «розшифровку» одного і того ж сленгового слова, використовуючи як основу різні асоціативні ознаки, що в результаті призводить до варіативності існуючих значень сленгізму. Розглянемо варіанти значень слів на прикладі американського сленгу [18]:

juice – 1) електрика (загальний сленг); 2) вино (молодіжний сленг); 3) стероїди, анаболіки (медичний сленг); 4) політичний вплив (політичний сленг);

dust - 1) виїхати, залишити (загальний сленг); 2) виграти (спортивний сленг); 3) зробити сигарету з порошкового наркотику (сленг наркоманів); 4) вбити будь-кого (сленг злочинців);

shot - 1) невелика порція міцного алкоголю (загальний сленг); 2) спроба (молодіжний сленг); 3) ін'єкція наркотику (сленг наркоманів); 4) запуск ракети (військовий сленг).

Вивченню творчого аспекту мови присвячені роботи багатьох дослідників. Творчий потенціал спочатку закладений у мові, відповідно, кожен акт говоріння є творчим процесом [20, с. 156]. Мова також розглядається як канал, через який людська практика проникає в мову, фіксується в ньому і повністю надходить у розпорядження суб'єкта [21, с. 158]. Будучи феноменом переважно усного мовлення, сленг виступає як один з найбільш показових пластів нелітературної лексики. В результаті, функція сленгу як способу творчого самовираження дозволяє поглянути на сленг в іншому ракурсі, представивши його як елемент словотворчості [22, с. 54]. У людини, яка не відчуває вплив літературної норми і не стримується рамками

правил, з'являється можливість створювати «власну мову», а також винаходити нові слова для позначення реалій свого життя [23]. На відміну від офіційної літературної мови сленг досить виразний і оригінальний, що характеризує його прагнення «нічого не приймати всерйоз» [24, с. 194]. У цьому легко переконатися, якщо зіставити сленгізми з їхніми нейтральними та книжковими еквівалентами:

- американські: to give smb props (сленгова) - to show respect (нейтральне) - to exalt (книжкове); to diss – to yell at – to scold; to bounce – to leave – to departure;

При порівнянні даних стильових синонімів стає очевидним, що сленгові еквіваленти відрізняються новизною і оригінальністю. Вони також практично відсутні урочистість і пишномовність, а метафоричність і емоційно-оцінний початок роблять їх привабливими для промовців.

Однак як в американському, так і в українському сленгу існують словосполучення, які не мають відповідності в інших пластах лексики. Отже, потрібно використовувати описові висловлювання пояснення таких сленгових лексичних одиниць. Наведемо приклади з американського сленгу: chairdobe - стілець, який використовується як вішалка, шафа; bedgasm - задоволення, яке відчуває людина, нарешті діставшись ліжка наприкінці робочого дня. В українському сленгу також є такі приклади: лайкати - ставити оцінку «подобається» під публікаціями чи фотографіями в мережі; краш - людина, яка вам подобається, до якої ви відчуваєте симпатію. Специфіка даних сленгізму полягає в тому, що вони визначають поняття, які в літературній мові передаються лише за допомогою вільних словосполучень.

Наявність у сленгу, крім окремих слів, цілих речень і фразеологізмів підтверджує той факт, що сленг є способом прояву творчих здібностей людини. Як в американському, так і в українському сленгу є низка речень і фразеологізмів, які відтворюються як вже готові одиниці мови:

- американський сленг: What's cooking? (Як справи?); What's eating on? (Що мучить?); That's the ticket (Те, що треба).

Проведений аналіз деяких сленгізмів дозволяє зробити висновок про те, що сленг має спільні риси з «народною творчістю», а його лексичні одиниці ріднять даний феномен з фольклором. Однією з характеристик сленгу є його мінливість: внаслідок постійної еволюції до нього дуже швидко вливаються нові слова та висловлювання. Поява нових сленгізмів не означає, що сленгові слова, що виникли раніше, перестають функціонувати. З часом знижується частотність вживання деяких сленгових виразів у мові, оскільки з'являються більш виразні еквіваленти. Постійно «винаходяться» сленгові неологізми, які відображають нові тенденції моди та встановлення того чи іншого колективу. У цих сленгізмах проявляються мінливі ціннісні орієнтації сучасного суспільства.

Творчий потенціал і талант особистості розмовляючих відбиваються у словниках сучасного сленгу. Подібні словники є документом часу, в якому фіксується мовний смак епохи, а також соціальні та технологічні процеси, що породжуються позамовними обставинами. Таким чином, розглянуті вище функції дозволяють стверджувати, що сленг займає лідируючу позицію серед груп нелітературної лексики і є органічною частиною системи національної мови в цілому.

Американський сленг також демонструє незвичайний інноваційний процес для цього лексичного шару, де сленгові інновації створюються на вершині соціальної ієрархії, а потім поширюються на її основу. Поширення сленгу «зверху вниз» відбувається, наприклад, коли письменники, журналісти, актори театру і кіно не тільки популяризують сленг, але й винаходять власні сленгові терміни, деякі з яких стають загальноживаними. У «Словнику американського сленгу» такі одиниці називаються «синтетичним сленгом». Одним із творців «синтетичного сленгу» був уже згаданий Д. Раньйон, який створив псевдолатинські моделі римованого сленгу, наприклад «phonus-balonus» зі сленгових термінів «phoney»

(фальшивий) і «baloney» (нісенітниця). Модель скорочення широко використовувалася в сленгу і послужила основою для неологізмів, створених відомим американським радіокоментатором У. Вінчеллом, таких як «infanticipate» (що означає «передбачити дитину» або «бути вагітною») і «Renovate» ( означає «знову стати самотнім, розлучившись у Ріно, штат Невада»). Кілька синтетичних сленгових термінів, які стали широко вживаними, були створені популярними комедійними артистами, як-от "Гей, Еббот!" (привітання), «Я роблю це» (варіація «Я зробив це») і «ти хороший» (мається на увазі «хороший жартівник»).

Сленговий термін «goon», що означає «головоріз» або «розбійник», потрапив у сленг із коміксів Е.С. Segar, де фігурував персонаж із таким іменем. Фраза «нанести удар (на когось)», що означає «зачарувати, втрачати свідомість або паралізувати», набула популярності завдяки серії коміксів Е. С. Сегара «Li'l Abner». У тих же коміксах було введено слово «shmoos», що відноситься до «міфічної істоти, яка відкладає яйця і виробляє молоко», і стало частиною загального сленгу.

## **Висновки до розділу 1**

На загальному тлі своєї стабільної популярності та зростаючої дослідницької привабливості феномен «сленг» в даний час не має термінологічної точності. Ми поділяємо думку вчених, які розглядають сленг як соціолінгвістичний феномен, що виник у результаті взаємодії певних соціальних і професійних груп. Підсумком цього процесу стало формування пласта нелітературної розмовної лексики, у якій відбито специфічні характеристики різних соціальних верств з властивими їм яскравим емоційно-оцінним забарвленням і виразністю, що використовується в конкретних ситуаціях спілкування та поетапно переходить у контекст загальноприйнятої літературної лексики.

У цілому нині американський сленг є негомogenous утворенням, що містить такі суміжні явища, як жаргон, арго, кент, вузькі професіоналізми і випадкові словотвори. Сленгізми, поширені в американському варіанті англійської мови, утворюються в результаті колективного «внеску» представників американського лінгвокультурного співтовариства і виявляють ряд відмінних особливостей функціонування в рамках мовної системи. Ці особливості насамперед детерміновані впливом молодіжної субкультури, прагненням носіїв мови до реалізації опозиції «свій – чужий», бажанням привнести виразну експресивну конотацію до змісту висловлювання. Враховуючи, що США нерідко називають «етнічним котлом», американські сленгізми збагачуються, доповнюються та розвиваються за участю найрізноманітніших націй, які проживають на території країни. Поширеність і активна поповнюваність американського сленгу пояснюється насамперед відсутністю регулярних офіційних спроб пурифікації мови, а також великою мобільністю населення. Змістовна сторона сленгізмів, що функціонують в американському варіанті сучасної англійської мови, характеризується при цьому орієнтацією на вираження негативної ціннісної оцінки, що також є відображенням поточних соціальних настроїв.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ АМЕРИКАНСЬКОГО СЛЕНГУ НА МАТЕРІАЛІ СЕРІАЛІВ «ДИНАСТІЯ» ТА «ЕМІЛІ В ПАРИЖІ»

### 2.1 Лексико-семантичні особливості сленгу.

Говорячи про лексичний склад сленгу, слід зазначити, що сленг утворює динаміку, що постійно розвивається. Зі зміною одного модного явища іншим старі слова забуваються, з'являються нові. Цей процес проходить дуже швидко. Якщо в будь-якому іншому спеціальному сленгу (комп'ютерному, кримінальному, військовому, професійному та ін.) слово може існувати протягом десятків років, то в молодіжному сленгу лише за минуле десятиліття з'явилося і пішло в пасивний склад значну кількість слів.

Лексичний склад мови - це строга система, в якій кожен елемент має певні властивості і займає в ній певне місце. Як і лексичний склад будь-якої мови, молодіжний сленг утворює сукупність лексико-семантичних і тематичних полів, які поєднують спільність лексичного значення та відповідність певній тематичній групі.

На думку Д.Н. Шмельова, лексико-семантична група є найбільш об'ємним ономасіологічно-семантичним угрупованням слів. Лексико-семантична група - це ієрархічна організація слів, об'єднаних одним родовим значенням і репрезентуючих певну семантичну сферу в мові, що охоплює певну сферу дійсності. Ономасіологічна властивість поля полягає в тому, що в його основі лежить родова сема або гіперсема, що позначає клас об'єктів. Семасіологічна характеристика поля полягає в тому, що члени співвідносяться один з одним відповідно до інтегрально диференціальних характеристик у своїх значеннях. Це дає змогу їх об'єднати та виділити в межах одного лексико-семантичного поля [6. С. 84].

Одиниці лексико-семантичного поля характеризуються одним концептуальним співвідношенням, тому асоціативно пов'язані значення багатозначних слів зазвичай входять не в одне, а в різні поля: повія (професія) – семантична група «професія», а повія (професія). дівчина, яка продає секс за гроші) — семантичне поле «секс».

Лексико-семантична група має ядро, яке містить назву поля, близькоспоріднену видову назву, синоніми та родову назву, а також антоніми. Вибір маркера або групи маркерів, які будуть використовуватися як ім'я поля, дуже важливий. В якості ядерної лексеми можна взяти будь-яку лексему, яка цікавить дослідника, але результати аналізу можуть бути поганими, якщо лексема підібрана невдало, якщо вона не володіє властивостями залучати велику кількість лексем. Так, А.М. Кузнєцов вказує на основні способи пошуку лексем, перспективних для виявлення великого лексико-семантичного поля, які характеризуються такими ознаками:

- 1) вони досить прості за морфологічним складом;
- 2) мають досить широку сумісність;
- 3) мають психологічне значення;
- 4) не є останніми запозиченнями;
- 5) сема такої лексеми має велику кількість характеристик, вона не є вужчою за будь-яке інше слово в галузі, за винятком назви теми галузі [2. С. 86].

Слідом І.В. Сентенбергом вважаємо, що в лексико-семантичній системі мови вичленюються такі основні типи лексико-семантичних парадигм, що знаходяться в семантичних відносинах ієрархії: I - лексико-семантичні поля; II - лексико-семантичні групи; III - тематичні ряди (лексико-семантичні підгрупи); IV - багатозначні слова, синонімічні ряди, антонімічні ряди, конверсиви [4].

Так, у семантичну групу «людина» входять мікрополя: «частини тіла», «стать», «позитивні та негативні якості».

Найбільш численна мікрогрупа, як свідчить аналіз, утворюють сленгізми, що позначають частини тіла людини. У процесі аналізу даного пласта слів було виділено такі понятійні класи: шлунок — basket; голова - brain box, napper, nut, thinker; кулак - bunch of fives; рот - cakehole, уар; зуби - chewers, chompers; обличчя - map, ran, mug, puss;. Наприклад:



Man, I've got so much pain in my brainbox right now - Чувак, у мене зараз голова розколюється.

Shut your cakehole, or I will shut it for you! - Закрий свій рот, або я сам тобі його зараз закрию.

He has false teeth, his chompers fell out - у нього вставні зуби, т.к. свої він втратив.

Look at me again and I'll give you the bunch of fives in the face — Подивися на мене ще раз і отримаєш кулаком у пику.

Далі слідує семантична мікрогрупа «стать», до якої входять такі сленгізми: biddy, bimbo, chick, doll; blade, bloke, dude, fella, mate, man, pal, stud/ Наприклад:

It's the same with chick. Damn, those latinās are fine — глянь на ту дівчинку. Хороші ж ці латиночки.

Where are the fellas tonight? - Де сьогодні хлопці тусуються?

Hey pal, got a light? - Чувак, немає запальнички?

I'm sorry mate, but what me and your mum have is special - Вибач, чувак, але у нас із твоєю мамою щось особливе.

Група позитивні включає такі прикметники «красивий», «розумний», «багатий», «модно одягнений», «впевнений у собі» тощо: класний — awesome, chill, bad, hellacious, legendary, official, rocking, superfly та ін; красивий - blaze, cutie, eye candy, gorgeous, hot, item, knock out, looker, muffin, perfect ten, postcard, sexface, stunner та ін; впевнений у собі, крутий – bold, perky, racked; веселий, безтурботний - breezy, chipper, wavey; розумний - boffin, brain, brainiac, bright, Einstein, george, fast, head, quick on trigger, sharp, whiz; модно одягнений - laid out, well-tailored; чесний, правильний - no files on, righteous; багатий - high baller, in the money, loaded, rolling, well heeled, well-off; багатий хлопець sport, uppie. Наприклад:

All the boys were talking to you because you are a looker — Всі вони були розмовляли з тобою тому, що ти гарна.

Your ex-boyfriend was stunner. Why did you break up with him? — твій колишній був красень. Чому ви розлучилися?

The price tag is out of reach of all but the most well-heeled — ціна недоступна всім, крім багатіїв.

Brian is always a chipper no matter what is happening around — Браян завжди в хорошому настрої, неважливо, що відбувається навколо.

Відповідно до аналізу найбільш частотним є синонімічний ряд зі значенням «класний»:

That girl that just passed by is so active – Дівчина, яка щойно пройшла, така класна.

Obama is a chill president - Обама - крутий президент.

Look at this kickass website - зайти на цей сайт хейту.

She thinks you're choice – вона думає, що ти класний.

That dress is fabby - шикарна сукня.

He was drivin some fly ass car — він був за кермом якоїсь крутої тачки.

Mm.. his pizza is hellacious. I'm gonna eat it all alone — шалена піца, я один з'їм її всю.

Група «негативні якості» ділиться такі поняття: «тупий», «придурок», «сіль», «виродок», «слабак», «чокнутий», «балакун», та інші: дурень, тупиця — blockhead, dumbass, fidiot (=fuking idiot), nitwit, numb-nuts, nutcake,; придурок, козел - asshole, bastard, jackass, jerk; иродок - creep, freak, weirdo; слабак - chicken, softie, weedy, weenie; чокнутий, псих - bananas, loony, mental, nuts, wacko; ботанік - bookworm, dork, geek, nerd; мерзота, піддон - scrap, scrapper, scum, shit, slimeball, turd.

Найбільше сленгизмов включають понятійні класи «дурень» (28) і «чокнутий» (19). Наприклад:

Don't expect Tim to know anything, he is a dumbass — Не чекай, що Тім щось знає, він бовдур.

Patrick was being a fidiot when he jumped off the boat — Патрік поводився, як ідіот, коли стрибнув з човна.

Your new boss is kind of a dimwit, isn't he? - Твій новий начальник тупуватий, так?

Don't make eye contact. He's loony - не дивись на нього. Він цокнутий.

У сценаріях фільмів найчастіше можна побачити глузування, підколювання одного учасника розмови над іншим, що, до речі, не завжди є свідченням поганого ставлення першого до другого, а також проявом саркастичного, іронічного вираження думки. Наприклад:

Hello my nerdfriend, how are your math's calculations doing? — здорово, зубрило, як поживають твої математичні обчислення?

Man, you got mental, but let's do it! - Чувак, та ти збожеволів, але давай це зробимо!

Наступна семантична група – «гроші» включає такі слова : fortune, loot, paper, broke, dead broke, cash up/down, fat cat, loaded, rolling, well heeled, rainy-day fund, go to the dogs та ін.

Тема грошей хвилює молодь щонайменше, ніж представників інших поколінь, звідси відносна широкість даного семантичного поля. У цьому полі найчастішими, як свідчить аналіз, є синонімічні ряди зі значенням «гроші» (17) і «без грошей» (8). Наприклад:

Bill Gates is a dork but he got paper - Білл Гейтс — придурок, але має гроші.

That girl only wants me for my dinero — я подобаюсь тій дівчині тільки через мої гроші.

I can't go to the mall later, I'm broke — Я не можу пізніше піти в торговий центр, у мене немає грошей.

Ще одна група «п'яний» налічує близько 10 сленгізмів:

Everybody was wasted last night so nobody remembers what happened — учора були п'яні, тож ніхто не пам'ятає, що трапилось.

I got so polluted at that bar last night-я вчора так здорово набрався у тому барі.

I'm gonna get hammered tonight - я збираюся напиться сьогодні ввечері.

Отже, ми виділили такі лексико-семантичні групи, як "людина", "гроші", "алкоголь, вони включають найбільшу кількість сленгізмів.

## **2.2 Лексичні трансформації**

У серіалі «Династія» поєднується офіційна та неофіційна мова, а також використовується сленг, щоб додати автентичності та характеру діалогу. Сленг часто використовується для відображення особистості персонажів, їх походження та умов, у яких вони взаємодіють. Специфічні сленгові терміни та фрази, що використовуються в серіалі, можуть відрізнитися залежно від контексту та задіяних персонажів.

Молоді персонажі серіалу можуть використовувати сучасні сленгові терміни та вирази, щоб спілкуватися зі своїми однолітками та зобразити сучасний спосіб життя. Це може включати такі слова, як "lit", "swag" або "FOMO" (страх втратити).

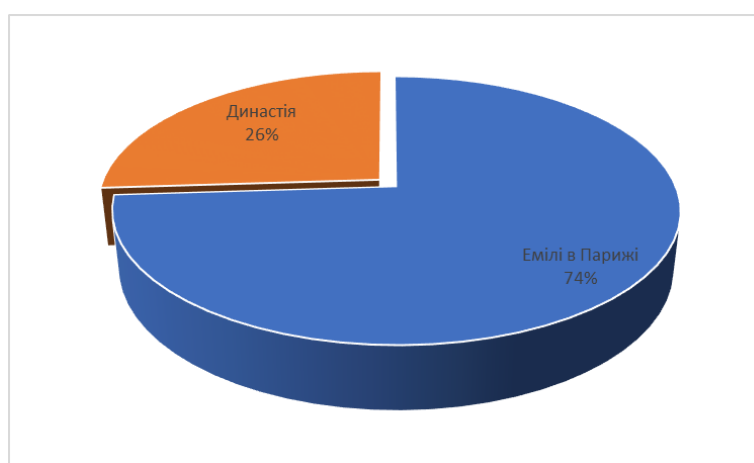
Сленг можна використовувати для підкреслення соціального статусу та багатства. Персонажі із заможного середовища можуть використовувати сленг, який відображає їхній привілейований спосіб життя, тоді як особи з іншого походження можуть використовувати сленг, який відображає їхній досвід.

Емоційне вираження: сленг іноді використовується для передачі емоцій персонажів. Наприклад, персонаж може сказати: "I'm totally freaked out" - «Я зовсім наляканий» або "I'm over the moon," using «Я в захваті», використовуючи неформальну мову, щоб висловити свої почуття.

Телесеріал «Емілі в Парижі» часто включає сленг у неофіційну мову, щоб відобразити сучасну та молодіжну обстановку шоу. Сленг використовується для визначення особистості персонажів, передачі їхніх емоцій і створення сучасної та приємної атмосфери. Конкретні сленгові терміни та фрази, які використовуються в серіалі, можуть відрізнитися залежно від контексту та персонажів.

У серіалі представлені молоді персонажі, які часто використовують сучасні сленгові терміни та вирази, щоб спілкуватися зі своїми однолітками та змалювати сучасний, модний спосіб життя. Це може включати такі слова, як «селфі», «BFF», «OMG» або «круто».

Враховуючи фокус шоу на індустрії моди, персонажі можуть використовувати галузевий сленг і жаргон, пов'язані з модою та дизайном. Це може включати терміни, пов'язані з одягом, трендами та стилем.



*Рис. 1 Використання сленгу в серіалі «Емілі в Парижі» та в серіалі «Династія»*

У ході даного аналізу ми переконалися, що кількість сленгу в молодіжному середовищі переважає над кількістю сленгізмів, що використовуються дорослими людьми.

Слід зазначити час походження сленгізмів, вживаних різними віковими групами. Сленгові одиниці, характерні для більшого покоління у серіалі «Династія», є субстандартною лексикою минулого століття. Так, "kiddo" як звернення до підлітка сходить до 1942 року, "pothead" як зверхню назву споживача марихуани - до 1955 року, а скорочення лайки "hell of a" перетворилося на "helluva" в 1910. Аналогічно, лексикон молодого покоління наповнений відносно новоствореним сленгом: "party animal" (1997), "rat out"

(1990) або акронім "FML" (2005). Проте позначити чітку тенденцію досить проблематично через постійну комунікацію та запозичення лексичних одиниць різними віковими та соціальними групами.

Підсумовуючи, «Емілі в Парижі», і «Династія» використовують сленг для збагачення діалогу та зображення відповідних світів. Вибір сленгу та його частота суттєво різняться через відмінності в обстановці та темах. «Емілі в Парижі» зосереджується на сучасній молодіжній культурі, соціальних мережах та індустрії моди, тоді як «Династія» схиляється до зображення багатства, влади та сімейної динаміки.

Головне завдання перекладача при зіткненні зі сленгізмом знайти його еквівалент, а якщо його немає, то знайти семантичний аналог у мові перекладу. Цей крок є відправною точкою перекладу нелітературної лексики. Наведемо кілька прикладів перекладу сленгових одиниць за допомогою перекладацького еквіваленту:

Isn 't that just kick-you-in-the crotch fantastic? – Наче удар у пах, правду кажу?  
dude – чувак; Douche bag – дурило

Аналог – це слово або оборот, що частково збігається за значенням, але відрізняється від перекладеної сленгової одиниці за лексичним складом або стилістичним забарвленням.

I messed up one time. – Я облажався лише раз.

You're done for the day – Усе пропало/

A total babe – красуня, to hassle – діставати.

Перекладацькі трансформації допомагають створити оптимальний, адекватний варіант перекладу за відсутності еквівалента та аналогів іншомовної одиниці у МП.

У наступних прикладах була застосована конкретизація:

I'm sorry **mate**, but what me and your mum have is special - Вибач, **чувак**, але у нас із твоєю мамою щось особливе.

He is my man - Він мій друг

Bill Gates has got paper - Білл Гейтс має гроші.

Часто перекладачі застосовують модуляцію:

I'll rock his world. - Він мене не забуде.

Its creepy. - Це збочення.

Look at this kickass website . - Зайди на цей сайт хейту

Лексичні трансформації при перекладі американського сленгу у серіалах "Династія" та "Емілі в Парижі" можуть включати наступні аспекти:

Серіал "Династія":

1. Адаптація лексичних одиниць: Деякі американські сленгові вирази та лексичні одиниці можуть бути адаптовані, замінені на відомі українські аналоги або лексичні одиниці, що краще відтворюють сенс та стиль діалогів.

2. Словниковий запас героїв: Урахування словникового запасу та особливостей мовлення кожного персонажа. Різні персонажі можуть використовувати різні лексичні одиниці відповідно до свого характеру та стилю.

3. Граматичні особливості: У випадках, коли американський сленг включає граматичні особливості, такі як скорочення слів, перекладачі можуть забезпечити відтворення цих особливостей в українському перекладі.

Серіал "Емілі в Парижі":

- Специфіка мовного зіткнення: У випадку "Емілі в Парижі" переклад може включати адаптацію сленгових виразів для відтворення специфіки мовного зіткнення американської та французької культур.

- Збереження стилів мовлення: Перекладачі можуть дбати про збереження стилів мовлення різних персонажів, включаючи специфіку мовлення американської героїні та французьких персонажів.

- Підкреслення культурних відмінностей: Перекладачі можуть використовувати лексичні та граматичні засоби для підкреслення культурних відмінностей та взаємодії між персонажами.

- Словниковий запас для гумору та драми: Перекладачі повинні вибирати лексичні одиниці, які передають як гумор, так і драматичність сцен.

В обох серіалах, лексичні трансформації спрямовані на забезпечення відтворення сенсу, стилю та стилістичної виразності сленгу в українському перекладі, а також на підтримання характерів та контексту сюжету.

### **2.3 Граматичні та лексико-граматичні трансформації.**

Морфологічні та синтаксичні рівні мови, будучи вкрай стійкими, найменше схильні до модифікацій. Американський сленг у таких серіалах, як «Династія» та «Емілі в Парижі», часто зазнає граматичних трансформацій відповідно до контексту, персонажів і конкретних тем кожного шоу.

Ось кілька прикладів граматичних трансформацій, яких може зазнати американський сленг у цих серіях:

#### **1. Форми дієслова:**

- Невідмінювані дієслова: сленгові терміни можуть з'являтися у формі інфінітива, оскільки вони використовуються як наказові чи наказові способи. Наприклад, "Party with me tonight!"-"Вечірка зі мною сьогодні!" замість "Let's party tonight!"-"Давай сьогодні ввечері!"

- Теперішній тривалий час: сленг можна використовувати в продовженій формі для вираження поточних дій. Наприклад, "I'm totally binge-watching this show!"-"Я повністю дивлюся це шоу!" замість "I binge-watch this show." - «Я дивлюся це шоу безперервно».

#### **2. Форми іменника:**

- Множина: сленгові слова можуть бути використані у множині для позначення кількох випадків. Наприклад, "She's got some serious bags!" - "У неї серйозна сумка!" замість "She has a lot of money!"-"У неї багато грошей!"

#### **3. Форми прикметників:**

- Форми порівняння та найвищого ступеня: сленгові прикметники можуть використовуватися у своїх порівняльних або чудових формах для вираження ступеня. Наприклад, "She's the baddest chick in town" - Вона



найпоганіша дівчина в місті, замість "She's the most attractive woman in town."  
- «Вона найпривабливіша жінка в місті».

4. Складання слів: сленг може передбачати складання слів для створення нових виразів. Наприклад, "This place is a total chill-out zone" - "Це місце є зоною відпочинку" замість "This place is very relaxing.- "Це місце дуже розслабляюче".

Сленгові слова можуть бути скорочені для стислості. Наприклад, "I'm gonna grab a burger" -«Я збираюся взяти гамбургер» замість "I'm going to get a hamburger." -«Я збираюся взяти гамбургер».

6. Нестандартні займенники: сленг може використовувати нестандартні або неофіційні займенники для наголосу. Наприклад, "They're my ride-or-die crew" - «Вони — моя команда, що їздить або помре» замість "They are my loyal friends." - «Вони — мої вірні друзі».

7. Заміна частини мови:

All the boys were talking to you because you are a looker. -

Всі вони були розмовляли з тобою тому, що ти гарна.

Don't be dumb! - Не будь мудаком

I am just saying, you're a babe/ - Просто знай, що ти симпатна

It sucked a lot - Повний відстій

Приклади застосування антонімічного перекладу - заміна ствердної форми в оригіналі на негативну форму в перекладі:

See? It's no big deal -Та подумаєш, дрібниці!

Then we'll have to do this the hard wayю - По-хорошому, значить, не можемо

We are having awesome time! – Ми не сумуємо.

Експлікація або описовий переклад пояснює значення наступних виразів:

joker in the pack - непередбачувана людина

jimmy woodser - п'яниця

joe blow - звичайна людина

My office is right across that hall. Any monkey business is ill-advised. -

Мій кабінет поруч, тому не раджу вам стояти догори дригом

У наступноиих прикладах застосовано цілісне перетворення:

I am into nerds - Ботани рулять.

Screw this! - З мене вистачить!

Реакція Емілі на успіхи друга також передана у перекладі завдяки застосуванню цілісного перетворення:

Holy smokes! - Нічого собі!

Get out! - Та ну!

Ці граматичні трансформації та лексико-граматичні трансформації використовуються для того, щоб сленгові терміни бездоганно вписувалися в діалог і передавали передбачуваний тон і значення в контексті відповідної серії. Сленг і в «Династії», і в «Емілі в Парижі» є динамічним і адаптивним елементом мовлення героїв.

## Висновки до розділу 2

Провівши аналіз використаних трансформацій, ми дійшли висновку, що застосування різних перетворень дозволяє досягти адекватності перекладу. Трансформації допомагають адаптувати оригінал задля сприйняття українськомовними глядачами і зберігають культурну ідентифікацію американського народу.

Перекладачі повинні бути творчими та вміти знаходити рішення для збереження сенсу та стилю оригінальних серіалів, одночасно враховуючи особливості української мови і культури.

Трансформації в перекладі американського сленгу в серіалах "Династія" та "Емілі в Парижі" можуть бути різними і залежать від контексту, цілей перекладу та специфіки мовлення персонажів.

Ми виявили, що переклад за допомогою аналога становить 39 % , модуляція (20 %), конкретизація (13%), заміна ( 10 %), описовий переклад (9%), перекладацький еквівалент (3 %),

У цілому, американський сленг у серіалах "Династія" та "Емілі в Парижі" відображає різні стилі мовлення та соціокультурні контексти кожного серіалу. У серіалах «Емілі в Парижі», і «Династія» використовують сленг для збагачення діалогу та зображення відповідних світів, вибір сленгу та його частота суттєво різняться через відмінності в обстановці та темах. «Емілі в Парижі» зосереджується на сучасній молодіжній культурі, соціальних мережах та індустрії моди, тоді як «Династія» схиляється до зображення багатства, влади та сімейної динаміки.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

На загальному тлі своєї стабільної популярності та зростаючої дослідницької привабливості феномен «сленг» в даний час не має термінологічної точності.

Водночас у результаті проведеного аналізу та опори на позицію Е. Партриджа у авторів статті сформувалася своя позиція у розумінні кола питань, що визначають суть сленгу. Відповідно до нього ми поділяємо думку вчених, які розглядають сленг як соціолінгвістичний феномен, що виник у результаті взаємодії певних соціальних і професійних груп.

Підсумком цього процесу стало формування пласта нелітературної розмовної лексики, у якій відбито специфічні характеристики різних соціальних верств з властивими їм яскравим емоційно-оцінним забарвленням і виразністю, що використовується в конкретних ситуаціях спілкування та поетапно переходить у контекст загальноприйнятої літературної лексики.

У цілому нині американський сленг є негомогенним утворенням, що містить такі суміжні явища, як жаргон, арго, кент, вузькі професіоналізми і випадкові словотвори. Сленгізми, поширені в американському варіанті англійської мови, утворюються в результаті колективного «внеску» представників американського лінгвокультурного співтовариства і виявляють ряд відмінних особливостей функціонування в рамках мовної системи. Ці особливості насамперед детерміновані впливом молодіжної субкультури, прагненням носіїв мови до реалізації опозиції «свій – чужий», бажанням привнести виразну експресивну конотацію до змісту висловлювання. Враховуючи, що США нерідко називають «етнічним котлом», американські сленгізми збагачуються, доповнюються та розвиваються за участю найрізноманітніших націй, які проживають на території країни. Поширеність і активна поповнюваність американського сленгу пояснюється насамперед відсутністю регулярних офіційних спроб пурифікації мови, а також великою

мобільністю населення. Змістовна сторона сленгізмів, що функціонують в американському варіанті сучасної англійської мови, характеризується при цьому орієнтацією на вираження негативної ціннісної оцінки, що також є відображенням поточних соціальних настроїв. До основних способів освіти сленгізмів в американському варіанті англійської мови відносяться метафоризація, скорочення, економія мовних засобів, надання жартівливої конотації, створення неологізмів і okazіоналізмів, римована заміна і зворотний сленг.

Американський сленг є цікавим і важливим культурним явищем, що відображає культурні, соціальні та історичні особливості Сполучених Штатів. Він виникає в результаті впливу різних мов, імміграційних процесів, підліткової культури, медіа і молодіжної субкультури.

Основні аспекти американського сленгу як культурного явища включають:

1. Відображення культурного різноманіття: Америка - країна, де проживають люди різних національностей та культур. Американський сленг часто включає слова і вирази з інших мов, що відображає це культурне різноманіття.

2. Соціальний контекст: Соціальні та економічні чинники можуть впливати на виникнення та розповсюдження сленгу. Наприклад, сленг молодіжних підліткових субкультур часто виникає в реакції на суспільні та культурні зміни.

3. Історичні події: Історичні події, такі як війни, рухи за права громадян, культурні революції та інші, можуть впливати на формування сленгу та його вживання. Наприклад, "hippie slang" 1960-х років відображало протест проти війни во В'єтнамі та культурну контркультуру.

4. Медіа та поп-культура: Американський сленг часто знаходить відображення у фільмах, телесеріалах, музиці та літературі. Популярні медіа часто впливають на поширення сленгу.

5. Індивідуальна та групова ідентичність: Люди використовують сленг для вираження своєї індивідуальності та належності до певних груп. Він може використовуватися для вираження суспільного статусу, гендерної ідентичності, віку та інших аспектів ідентичності.

6. Тенденції у розвитку мови: Американський сленг часто відображає тенденції у розвитку мови та зміну значень слів. Він може включати нові вирази, акроніми та образи.

Важливо враховувати, що американський сленг постійно змінюється та розвивається. Він є живим проявом мови та культури, який відображає та формує сучасне суспільство.

Дослідження проводилося на базі перекладу серіалів «Емілі в Парижі» та «Династія»

Викладене свідчить про те, що дослідження екранного перекладу набуває все більшої актуальності, оскільки кінематограф є важливим чинником міжетнічної та міжмовної комунікації, а також ефективним засобом формування світогляду та ціннісних орієнтацій. Мовна складова фільму чи телесеріалу, зокрема діалог як невід'ємна складова сценарію, виконує не лише комунікативну функцію, а й уособлює культурно-соціальний колорит певного середовища, національну специфіку мовного світогляду та мовленнєвої поведінки. Характерів, розкриває характери головних героїв та зв'язки між ними. Тому переклад серіалів має враховувати всі мовні особливості першоджерел і бути рівноцінним за змістом.

В нашій роботі ми проаналізували особливості функціонування англійського сленгу в американських серіалах «Династія» та «Емілі в Парижі» та їх відтворенні в українських перекладах. Молодіжний сленг є невід'ємною частиною молодіжної субкультури, поява якої зумовлена культурно-історичними та соціальними тенденціями розвитку суспільства. Важливим, є те, що сленг, на відміну від таких видів нелітературної лексики, як жаргон чи арго, є більш відкритим. Завдяки лаконічності, змістовності, іронічності та експресивності ці лексичні одиниці використовуються не

тільки в повсякденному спілкуванні, а й все частіше вводяться в мовлення героїв фільмів і серіалів. Особливо це стосується сучасних серіалів про життя молоді та підлітків. Тому дослідження цього явища є цікавим як з лінгвістичного погляду, так і з погляду теорії теледискурсу. Збереження того ж психоемоційного та естетичного ефекту, що й оригінал, є головним завданням дубляжу. При перекладі стилістично зниженої лексики необхідно враховувати жанр тексту, режисерський задум і прагматичну установку вихідного тексту. Не менш важливим є контекст, що спонукає до використання тієї чи іншої одиниці лексики, та її смислове навантаження. Робота фахівця ускладнюється тим, що йому необхідно знайти виразні засоби, семантично і стилістично ідентичні оригіналу, а також близькі аудиторії, на яку розрахований переклад.

Аналіз показав, що для відтворення англійських сленгізмів українською мовою перекладачі найчастіше використовують такі прийоми: аналог, модуляція, описовий переклад, конкретизація, цілісне перетворення, заміна, антонімічний переклад. Якщо в мові реципієнта відповідне слово не знайдено, фахівець використовує фразу, максимально близьку за стилістичним і конотативним забарвленням, але не тотожну.

Перекладачам обох серіалів вдалося передати не лише зміст першоджерел, а й специфічний гумор, добираючи фразеологію, сценічну лексику, українські сленгізми та інші лексичні засоби, щоб відобразити мовний колорит творів. Недоліки перекладів серіалів пов'язані зі спробами заміни сленгізмів термінами, книжними словами чи неспорідненими відповідниками, що призводить до втрати колориту та емоційного впливу, а також розбіжностей між ситуацією, змістом і формою повідомлення. Таким чином, для збереження еквівалентності та інформативності цільового тексту перекладачеві необхідно вміти застосовувати різноманітні перекладацькі трансформації, звертати увагу на ситуативні та часові чинники, що зумовлюють використання сленгу.

**Abstract.** The research is devoted to the problems of translating slang from English into Ukrainian in modern TV series “Emily in Paris” and “Dynasty”, methods and techniques for translating slang vocabulary are considered. The relevance of the work is due to insufficient knowledge of the methods of reproducing English slang in the Ukrainian language. Being an integral part of any developed natural language, which arises as an inevitable consequence of the codification of the national language, slang is one of the most controversial and debated issues in linguistics. Translating slang from English into Ukrainian is also complicated by the fact that the definition of this concept still remains vague. Slang has become one of the brightest linguistic phenomena that is developing dynamically today. The paper describes in detail the main ways of transmitting English slang words into the Ukrainian language. The analysis showed that to reproduce English slangisms in Ukrainian, translators most often use the following methods: searching for colloquial analogues, descriptive translation, integral transformation, concretization, semantic development, substitutes, antonymic translation. It is concluded that the choice of a translation method is determined by a number of factors : the nature of the context, the presence of equivalent vocabulary, its specificity, the target audience.

***Key words.*** *Slang, translation method, translator, to reproduce, equivalent.*



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабін В.В. Сленг у сучасній лінгвістиці: огляд літератури, присвяченої проблемам сленгу. Київ : Військ. ін-т Київського нац. ун-ту ім. Т.Г Шевченка, К, 2021. 62 с.
2. Бузаджі Д.М. Хоч горщиком назви? // Журнал «Мости», 2021. № 1 (5), 90 с.
3. Вілюман В. Г. Про способи утворення сленгу в сучасній англійській мові, Харків 2019,. 146 с.
4. Денисюк Л.В., Данілова Н.Р. Англійський молодіжний сленг як засіб самовираження та відображення світогляду тінейджерів // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія: Філологічні науки. Житомир, 2014. № 2 (74). С. 205-208.
5. 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 С. 77 – 81.
6. Зацний Ю.А. Сучасний англійський світ і збагачення словникового складу. Львів: ПАІС, 2007. 228 с
7. Іваненко Н.В. Молодіжна лексика як відображення змін у сучасному суспільстві // Наукові записки. Серія: Філологічні науки. Кропивницький: КОД, 2019. № 175. С. 34-39.
8. Сентенберг І.В. Лексична семантика англійської дієслова. К., 2020. – 418 с.
9. Словник сучасного українського сленгу / упорядник: Т.М. Кондратюк. Харків : Фоліо, 2021. 350 с.
10. Ставицька Л. О. Арго, жаргон, сленг: соціальна диференціація української мови. – Київ: Критика, 2005. – 464 с.
11. Хом'яков В. А. Нестандартна лексика у структурі англійської мови національного періоду. Харків, 2018. 394 с.

12. Шмелев Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики. К., 2019. – 360 с.
13. Beardsley J. Translation as an activity and a profession. Ann Arbor, 1982. 120p.
14. Chesterman A., Salvador N. G., Gambier Y. Translation in Context: Selected Contributions from the ESTC Congress. John Benjamins Publishing, 2000. 393p.
15. Chion M. Audio-Vision: Sound on Screen. CM: 2019. 458p.
16. Crystal D. Language Play. London: Penguin Books, 1998. 249p.
17. Díaz-Cintas J. The Didactics of Audiovisual Translation. John Benjamins Publishing, 2008. 263p.
18. Eble C. Slang and Sociability: In-Group Language Among College Students. UNC Press Books, 2012. 24p.
19. Fishman J. A. The Sociology of Language. Readings in the Sociology of Language. The Hague : Mouton, 1972. 250 p.
20. Flexner S. B. I hear America talking. An Illustrated treasure of American words and phrases. N.Y.: Van Nostrand, 1976. 505 p
21. Green J. Slang: A Very Short Introduction. Oxford University Press, USA, 2016. 144p.
22. Jalalpour E. A Study of English Translation of Colloquial Expressions in Two Translations of Jamalzadeh: Once Upon a Time and Isfahan Is Half the World. Journal of Language Teaching and Research .2017. Vol.8, No.5, P. 1021
23. Jalaly F., Pishkar K. A Study of Domestication and Foreignization Strategies of Cultural Specific Items in Translation of Science Fiction Literature. URL: [file:///D:/ZAGRUZKI/A\\_Study\\_of\\_Domestication\\_and\\_Foreignizat.pdf](file:///D:/ZAGRUZKI/A_Study_of_Domestication_and_Foreignizat.pdf)
24. Karamitroglou F. Towards a Methodology for the Investigation of Norms in Audiovisual Translation: The Choice Between Subtitling and Revoicing in Greece. Rodopi, 2000. 300p.

25. Kemppanen H. Domestication and Foreignization in Translation Studies. Frank&Timme GmbH, 2012. 231p.
26. Korunets I.V. Theory and practice of translation. Vinnytsya: Nova Knyha Publishers, 2001. 448p.
27. Laurén Ch., Nordman M. Special Language: From Humans Thinking to Thinking Machines: Multilingual Matters, 1989. 499p.
28. Marchand H. The Categories and Types of Present-Day English Word-Formation. Wiesbaden : Otto Harrassowitz, 1960. 250 p.
29. Mattiello E. An introduction to English slang: a description of its morphology, semantics and sociology. Milano: Polimetrica, International scientific publisher, 2008. 324p.
30. Newmark Peter. A Textbook of Translation. Harlow: Pearson Education Limited, 2008. 292p.
31. Orero P. Topics in Audiovisual Translation. Pilar Orero. John Benjamins Publishing, 2004. 225p.
32. Partridge E. A. Dictionary of Slang and Unconventional English. 8th edition. L. and N.Y.: Routledge, 2022. 1400 p.
33. Partridge E. Usage and Abusage: A Guide to Good English. London: Penguin Books, 2019. 480 c.
34. Peña M. S. Acognitive analysis of the art of filmtitle translation. Paper presented at the “Poetics and Linguistics Association Annual Conference. Mobile Stylistics”. University of Heidelberg, Germany, 2013. 31 July-4 August 2013. P.71–79
35. Piazza Bednarek Rossi Telecinematic Discourse: Approaches to the language of films and television series. Gillen, Julia. 2013, Bookreview. 223 p.
36. Slang and Antilanguage. Sociolinguistics: An International Handbook of the Science of Language and Society. Eds. Ulrich Ammon, Norbert Dittmar, Klaus J. Mattheier, and Peter Trudgill. 2nd ed. Berlin: Walter de Gruyter, 2004. 1. P. 262–67.

37. Spears R. Conversational American English. McGraw-Hill, 2010. 224 p.
38. Spears Richard A. Hip and hot: A dictionary of 10,000 American slang expressions. New York : Gramercy Books, 1998. 555 p.
39. Stam R. New Vocabularies in Film Semiotics. Routledge, 2005. 256p.

## ДОДАТОК

### Найбільш часто вживані сленгізми та їх переклад

№	Оригінал	Переклада	Перекладацька трансформація
1.	All the boys were talking to you because you are a looker	Всі вони були розмовляли з тобою тому, що ти гарна.	Граматична трансформація (заміна однієї частини мови на іншу)
2.	Atta boy	Молодець хлопець	Метод цілісного перетворення
3.	Awesome	Чудовий	Аналог
4.	Awesome	Блиск!	Граматична трансформація (заміна однієї частини мови на іншу)
5.	back off	Відсутупаємо	Перекладацький еквівалент
6.	bucket Case	безпорадна людина	Лексико-граматична трансформація (описовий переклад)
7.	bad Egg	в сім'ї не без виродка	Аналог
8.	Badass	Приколістка	Лексична трансформація (модуляція)
9.	ball of Fire	дуже активна людина	Лексико-граматична трансформація (описовий переклад)
10.	He is a whiz at it.	Справжній талант	Лексико-граматична трансформація (модуляція)
11.	Betcha	Точняк	Лексична трансформація (модуляція)
12.	Bill Gates has got paper	Білл Гейтс має гроші.	Лексична трансформація Перекладацький еквівалент, конкретизація)
13.	bird-brain	нерозумний студент	Аналог
14.	borough boy	людина з передмістя	Лексико-граматична

			трансформація (описовий переклад)
15.	brain dead	безмозкий, нездатний думати	Аналог
16.	Brian is always a chipper no matter what is happening around	Браян завжди в хорошому настрої, неважливо, що відбувається навколо	Лексична трансформація (заміна однієї частини мови на іншу)
17.	Bro	Кореш	Аналог
18.	buddy	Друже	Перекладацький еквівалент
19.	butterhead	нерозумний студент	Лексична трансформація (додавання)
20.	buzz crusher	зануда, буркотун	Аналог
21.	cake-eater	Ледар	Аналог
22.	Come on dude, help me with Rosalie	чувак, не будь дурнем, допоможи мені з Розалі.	Перекладацький еквівалент
23.	communist	дурний, поганий	Лексична трансформація (конкретизація)
24.	crack	Псих	Лексична трансформація (конкретизація)
25.	Crap	Барахло	Аналог
26.	Doable	Здійснений	Перекладацький еквівалент
27.	dodo	Дурень	Аналог
28.	Don't be dumb	Не будь мудаком	Лексична трансформація (заміна однієї частини мови на іншу)
29.	Don't expect Tim to know anything, he is a dumbass	Не чекай, що Тім щось знає, він бовдур.	Аналог
30.	Don't make eye contact. He's loony	не дивись на нього. Він цокнутий	Аналог
31.	He is a dork	Він дурко	Аналог

32.	Douche bag	Дурило!.	Аналог
33.	Dude, turn up the music!	Чувак, зроби музику голосніше. Пісня – відпад!	Лексична трансформація (вилучення)
34.	Dumbass	Ідіот	Аналог
35.	Everybody was wasted last night	учора були п'яні, тож ніхто не пам'ятає, що трапилося	Аналог
36.	fag	педик, голубий	Перекладацький еквівалент
37.	Folks	Хлопці	Перекладацький еквівалент
38.	four-eyes	людина в окулярах	Лексична трансформація (додавання)
39.	fucker	1. придурок, ублюдок, отморозок; 2. тип, чувак;	Аналог
40.	fuddy-duddy	старомодна людина	Лексико-граматична трансформація (описовий переклад)
41.	Get out!	Та ну?	Цилісне перетворення
42.	Go Dutch	Платити окремо	Лексико-граматична трансформація (описовий переклад)
43.	goldbrick	Ледар	Аналог
44.	goofy	Тупий	Аналог
45.	Gotcha	ясно, зрозуміло	Грамматична трансформація (заміна однієї частини мови на іншу)
46.	gunner	розумний студент	Лексична трансформація (додавання)
47.	goon	бандит, громила, головоріз	Аналог
48.	He is my man	він мій друг	Лексична трансформація (конкретизація)
49.	He was driving some fly ass car	Він був за кермом якоїсь крутої тачки	Аналог
50.	He was hooking up	Він цілувався з нею.	Аналог

	with her		
51.	Hello my nerdfriend, how are your math's calculations doing?	Здорово, зубрило, як поживають твої математичні обчислення?	Аналог
52.	Holy smokes!	Нічого собі	Цілісне перетворення
53.	hooked	повернутий на чомусь	Лексична трансформація (конкретизація)
54.	Hot	Шикарний, гарячий, сексуальний	Лексична трансформація (конкретизація)
55.	hot Red	четкий, класний, кльовий, крутий	Лексична трансформація (конкретизація)
56.	I am into nerds	Ботани рулять	Лексична трансформація (модуляція)
57.	I am just saying, you're a babe	Просто знай, що ти симпатна	Граматична трансформація (заміна однієї частини мови на іншу)
58.	I am so suck of...	Мене дістало, що...	Граматична трансформація (заміна однієї частини мови на іншу)
59.	I can't go to the mall later, I'm broke	Я не можу пізніше піти в торговий центр, у мене немає грошей.	Перекладацький еквівалент
60.	I got so polluted at that bar last night	я вчора так здорово набрався у тому барі	Аналог
61.	I gotcha	Так, зараз	Цілісне перетворення
62.	I ll rock his world	Він мене не забуде	Лексична трансформація (модуляція)
63.	I'm sorry mate, but what me and your mum have is special	Вибач, чувак, але у нас із твоєю мамою щось особливе.	Лексична трансформація (конкретизація)



64.	I'm gonna get hammered tonight	я збираюся напиться сьогодні ввечері	Аналог
65.	Im having a blast	Я відриваюсь	Граматична трансформація (заміна однієї частини мови на іншу)
66.	in the pink	Здоровий	Лексико-граматична трансформація (описовий переклад)
67.	isn `t that just kick-you-in-the crotch fantastic?	Наче удар у пах, правду кажу?	Перекладацький еквівалент
68.	It sucked a lot	Повний відстій	Граматична трансформація (заміна однієї частини мови на іншу)
69.	Its creepy	це збочення	Лексична трансформація (модуляція)
70.	Its kinda weird	Це дивно	Перекладацький еквівалент
71.	It's the same with the chick.	глянь на ту дівчинку.	Стилістична трансформація
72.	jack-off	Ледар	Аналог
73.	janky	Непривабливий	Аналог
74.	jerk	Болван	Аналог
75.	jimmy woodser	П'яниця	Лексико-граматична трансформація (описовий переклад)
76.	joe blow	звичайна людина	Лексико-граматична трансформація (описовий переклад)
77.	john bull	Англієць	Лексико-граматична трансформація (описовий переклад)
78.	johny raw	новобранець, новенький	Лексико-граматична трансформація (описовий переклад)
79.	joker in the	непередбачувана людина	Лексико-граматична

	pack		трансформація (описовий переклад)
80.	Lame	Страшний	Лексична трансформація (конкретизація)
81.	Let's go, check out the hookers on the Honey Lane street	підемо, зацінимо повій на вулиці Хані Лейн.	Перекладацький еквівалент
82.	longhaired	інтелігентний студент	Лексична трансформація (додавання)
83.	Look at me again and I'll give you the bunch of fives in the face	Подивися на мене ще раз і отримаєш кулаком у пику.	Лексико-граматична трансформація (генералізація)
84.	Look at this kickass website	Зайди на цей сайт хейту	Лексична трансформація (модуліція)
85.	loudmouth	болтун, тріпло	Аналог
86.	lousy	паршивий, поганий	Перекладацький еквівалент
87.	Mad	Злий	Аналог
88.	Make out	Цілуватися	Перекладацький еквівалент
89.	man	чувак, друган, кореш, братан	Лексична трансформація (конкретизація)
90.	Man, you got mental, but let's do it!	Чувак, та ти збожеволів, але давай це зробимо!	Лексична трансформація (модуліція)
91.	Mm.. his pizza is hellakious.	Шалена піца, я один з'їм її всю.	Стилістична трансформація
92.	mother fucker	козел, ублюдок, сволочь, урод и т.д.	Аналог
93.	mug	розумний, старанний студент	Лексична трансформація (конкретизація)
94.	My office is right across that hall. Any monkey business is ill-	Мій кабінет поруч, тому не раджу вам стояти догори дригом	Лексико-граматична трансформація (описовий переклад)

	advised		
95.	No one tells me what I can or can't be! Especially not one jerk who does not know what guts to try to be anything more than a popsicle hustler!	Не треба мені вказувати, ким я можу стати, а ким ні! Особливо такому пройдисвіту, який за своєю слабкістю чесно жити і не намагався!	Лексико-граматична трансформація (описовий переклад)
96.	Obama is a chill president	Обама - крутий президент	Лексична трансформація (конкретизація)
97.	old hand	Профі	Аналог
98.	on edge	Злий	Аналог
99.	Pal	друг, друган	Перекладацький еквівалент
100.	penny pincher	скряга, скупердяй	Перекладацький еквівалент
101.	Pimp	Сутенер	Перекладацький еквівалент
102.	piss-ant	Незграба	Аналог
103.	Playing hard ball	я не упираюся	Лексична трансформація (модуляція)
104.	Point is, I did not know it was your car, and I certainly did not know about your daughter's wedding	Повірте, я й не знав, що це ваш лімузин. І, тим більше, не знав про Ваше сімейне свято	Стилістична трансформація
105.	Punk	Виродок	Аналог
106.	queer beggar	дивна людина	Лексична трансформація (конкретизація)
107.	queer fish	Чудак	Аналог
108.	Quick fix	Тимчасове рішення	Лексична трансформація (модуляція)
109.	Quitter	1. прогульщик; 2.	Аналог

		капітулянт	
110	Rookie	Новенький	Перекладацький еквівалент
111	Savvy	Розумний	Перекладацький еквівалент
112	Scream	Дивак	Аналог
113	Screw this	З мене вистачить	Лексична трансформація (модуляція)
114	screwball	сумасброд; чудак	Аналог
115	Seal the deal	справа зроблено	Лексична трансформація (модуляція)
116	See? It's no big deal	Та подумаєш, дрібниці	Антонімічний переклад
117	sevenish	близько сьомої	Лексична трансформація (додавання)
118	Shady	нечестний; підозрілий	Аналог
119	Shut your cakehole	Закрий свій рот	Аналог
120	sleazeball	гандон, падла, мразь	Аналог
121	Slick	Хитрий	Лексична трансформація (конкретизація)
122	Slob	грубіян, хам	Перекладацький еквівалент
123	snazzy	шикарний; симпатичний	Аналог
124	snotty	Нахальний	Аналог
125	son of a bitch	сукин син	Перекладацький еквівалент
126	sorehead	брюзга, придира, критикан	Аналог
127	spaced out	Припухший	Аналог
128	spit on the neck	Принизливо	Лексична трансформація (модуляція)
129	spunky	Хоробрий	Аналог
130	I'm gonna get hammered tonight	Я збираюся напиться сьогодні ввечері	Аналог
131	Stud	Красень	Аналог
132	Stuff	Речі	Лексична

			трансформація (конкретизація)
133	Suck	Підлиза	Граматчна трансформація (заміна однієї частини мови на іншу)
134	sucker	1. сопляк, сосунок; 2. молокосос, новенький	Аналог
135	top-notch	суперовий	Аналог
136	Testy	нервовий	Аналог
137	wacko	божевільний	Аналог
138	The price tag is out of reach of all but the most well-heeled	Ціна недоступна всім, крім багатіїв	Граматична трансформація (заміна однієї частини мови на іншу)
139	Then we'll have to do this the hard way	По-хорошому, значить, не можемо	Антонімічний переклад
140	They're my ride-or-die crew	Вони моя команда	Лексична трансформація (вилучення)
141	thickhead	Дурень	Аналог
142	To catch up	Зустрічатися та базікати	Додавання
143	To grab a drink	Випити	Лексична трансформація (вилучення)
144	To have awesome time	Ми не сумуємо	Антонімічний переклад
145	To hang out	Влаштувати вечірки	Аналог
146	To kick smb s ass	Натовкти пику	Аналог
147	To man up	Подорослішати	Аналог
148	To screw up	Облажатися	Перекладацький еквівалент
149	To show off	Показувати	Перекладацький еквівалент
150	To weed out	Відсіяти зайвих	Лексична трансформація (конкретизація)
151	top banana	босс, начальник, шишка	Аналог
152	Trips	Тусовки	Лексична трансформація (конкретизація)

153	kid	хлопець	Конкретизація
154	upbeat	Оптимістичний	Аналог
155	uptight	1. нервовий; 2. скований	Аналог
156	wacko	Сумасшедший	Аналог
157	wet blanket	Зануда	Аналог
158	wheeler dealer	махінатор; пройдоха; ловкач	Аналог
159	Why the long face?	Чого такий кислий?	Лексична трансформація (вилучення)
160	wimp	тряпка, слабак	Аналог
161	windbag	болтун, пустозвон	Аналог
162	windy	Базікало	Лексична трансформація (конкретизація)
163	win-win relationship	взаємовигідне співробітництво	Лексична трансформація (Модуляція)
164	wiseacre	дуже розумна людина, інтелектуал	Граматична трансформація (заміна однієї частини мови на іншу)
165	wishy washy	безхарактерний, слабовольний	Аналог
166	Yo, chill out. She will be back.	Та не трагедія. Зараз повернеться	Цілісне перетворення
167	We are out	Ми тусимо	Конкретизація
168	You're a big scud!	Ти велика тряця!	Аналог
169	Your ex-boyfriend is stunner.	Твій колишній був красень.	Аналог
170	Your new boss is kind of a dimwit, isn't he?	Твій новий начальник тупуватий, так?	Аналог