

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра теорії і практики перекладу з англійської мови

**Особливості відтворення українською мовою англійського
сленгу на аудіовізуальному матеріалі серіалу
“Теорія великого вибуху”**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «магістр»
студента II курсу магістратури
освітньої програми/спеціальності
«Усний та письмовий переклад
з англійської та другої західноєвропейської мови»,
Сізікова Михайла Павловича

Науковий керівник:
доц. Кузьміна К.А.

«Допущено до захисту»

Протокол засідання

кафедри теорії і перекладу з англійської мови

протокол № 11 від «20» травня 2024 року

в.о завідувача кафедри _____

к.філол.н. Олена Григорівна ПІДГРУШНА

КИЇВ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1	
<i>Теоретичні аспекти поняття сленгу та основи його формування</i>	
1.1. Сленг як об'єкт сучасних мовознавчих досліджень. Визначення поняття сленг, його властивості, функції та класифікація.	8
1.2. Загальні інтра- та екстралінгвістичні аспекти формування сленгу.	18
1.3. Класифікація сленгу. Американський сленг та його динамічність.	30
РОЗДІЛ 2	
<i>Особливості роботи зі сленгом на основі аудіовізуальних матеріалів серіалу “Теорія Великого Вибуху”</i>	
2.1. Особливості перекладу сленгових одиниць тексту. Лексичні та граматичні трансформації при перекладі сленгізмів.	37
2.2. Особливості відтворення сленгових одиниць при аудіовізуальному перекладі. Складнощі при перекладі субтитрів.	42
2.3. Перекладацькі стратегії при перекладі молодіжного сленгу. Виокремлення основних стратегій.	50
РОЗДІЛ 3	
<i>Аналіз перекладацьких рішень та трансформацій при перекладі сленгу на прикладі аудіовізуального матеріалу серіалу “Теорія Великого Вибуху”</i>	
3.1. Аналоговий переклад та приклади використання на матеріалі серіалу “Теорія Великого Вибуху”	56
3.2. Лексичні трансформації, їх особливості та приклади використання на матеріалі серіалу “Теорія Великого Вибуху”	64
3.3. Граматичні трансформації, їх особливості та приклади використання на матеріалі серіалу “Теорія Великого Вибуху”	73
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	80
СПИСОК НАУКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ	82

АНОТАЦІЯ

до магістерської роботи здобувача вищої освіти 2 курсу магістратури

Сізікова Михайла Павловича

на тему «**Особливості відтворення українською мовою англійського сленгу на аудіовізуальному матеріалі серіалу “Теорія великого вибуху”»**

Ключові слова: сленг, переклад, кіно, термін, перекладацькі трансформації, субтитри

У магістерській роботі досліджено теоретичні засади відтворення сленгізмів в українській мові на основі роботи з аудіовізуальним матеріалом. Актуальність даного дослідження полягає у тому, щоб розкрити проблематику перекладу сленгу, особливо в контексті аудіовізуального перекладу. Мета цього дослідження полягає у виявленні найбільш вдалих стратегій при передачі сленгу та визначенні специфіки сленгу, за допомогою виокремлення способів перекладу сленгу, основних перекладацьких трансформацій та основних проблем при перекладі. Об'єктом нашого дослідження є американський сленг, що вживається в оригіналі, та його відповідники при перекладі. Предметом же є різноманітні методи перекладу, які можна застосовувати для передачі американського сленгу українською мовою. Згідно з метою і завданнями дослідження, основними методами, використаними у цій роботі, є такі: описовий аналіз, дистрибутивний аналіз, теоретичний аналіз, метод суцільного вибірки і порівняльний аналіз. Магістерська робота складається з вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел. У вступі обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету і завдання, розкрито об'єкт, предмет і методи дослідження. У першому розділі розглянуто теоретичні аспекти сленгу та основи його формування. У другому досліджено

методику вивчення сленгу на основі аудіовізуальних матеріалів. У третьому розділі проаналізовано перекладацькі рішення та трансформації при перекладі сленгу на прикладі серіалу "Теорія Великого Вибуху". У цьому дослідженні ми проаналізували термін "сленг", виокремили його особливості та характеристики, зосередившись на ідентифікації особливостей американського сленгу. Також ми розглянули різноманітні методи перекладу сленгу та виявили особливості його відтворення у контексті аудіовізуального матеріалу, виділили основні перекладацькі трансформації та способи їх застосування.

ABSTRACT

to the master's thesis of the student

Sizikov Mykhailo Pavlovych

on the topic "Specificities of Translating English slang into Ukrainian based on the audiovisual material of the series The Big Bang Theory"

Keywords: slang, translation, cinema, term, translation transformations, subtitles

The master's thesis examines the theoretical principles of translating slang into Ukrainian using audiovisual material. The relevance of this research consists in revealing the problems of slang translation, especially in the context of audiovisual translation. This study aims to identify the most effective strategies for translating slang and define the specifics of slang by identifying ways to translate slang, the main translation transformations and the main problems in translation. The object of our research is the American slang that is used in the source material and its equivalents in translation. The subject matter is various translation methods that can be used to translate American slang into Ukrainian. Following the aim and objectives of the study, the main methods used in this work

are descriptive analysis, distributional analysis, theoretical analysis, contingent sampling method, and comparative analysis. The master's thesis consists of an introduction, three chapters, conclusions, and a list of references. The introduction substantiates the relevance of the topic, formulates the goal and objectives, and describes the object, subject, and methods of the study. The first chapter describes the theoretical aspects of slang and the foundations of its formation. The second section deals with the methodology of learning slang based on audiovisual materials. The third section analyzes translation decisions and transformations in the translation of slang on the example of The Big Bang Theory series. In this study, we analyzed the term "slang", and highlighted its features and characteristics, focusing on the identification of the peculiarities of American slang. We also examined various methods of translating slang and identified the peculiarities of its reproduction in the context of audiovisual material, highlighting the main translation transformations and ways of their application.

BCTYII

Сучасний кінематограф має особливе значення як серед усіх інших видів мистецтва, так і в особистому житті кожного індивіда. Кіно - це ціла соціально-культурна сфера, яка активно формує свідомість суспільства і впливає на життя глядачів. Натомість кіноіндустрія не стоїть на місці, а нестримно прогресує, відкриваючи глядачеві дедалі більше різноманіття тем, видів і жанрів. Одночасно зі швидкими темпами розвитку кінематографу виникла потреба в перекладі та адаптації кіновиробництва для іноземних аудиторій та культур. Таким чином, попри те, що аудіовізуальний переклад є достатньо новою сферою перекладознавства, протягом останніх десятиліть йому вдалося зрушити з позиції другорядної галузі науки в самий її центр, привернувши увагу великої кількості фахівців, які бажають розвиватися в цій сфері, та науковців, які вивчають теоретичні аспекти кінематографічного перекладу. Даний різновид перекладу має низку характерних ознак, які зумовлюють ряд перекладацьких завдань, з якими доводиться зіштовхуватися перекладачам під час роботи з кінотекстами. Однією з проблем аудіовізуального перекладу є передача соціально маркованої лексики, яка відхиляється від загальноприйнятих мовних стандартів і належить до розмовного мовлення.

Сленг є одним із невід'ємних елементів мови, який спритно реагує на події як у суспільстві, так і загалом зміни у мові, а також найяскравіше відображає лінгвокультурні особливості соціуму. Усі події, що огортають суспільство, мають свій вплив на розвиток розмовної мови і знаходять відголос у мовах світу, адже додають у них нові слова, висловлювання та фрази. Технологічний розвиток, політичні вибори, реформи входять до числа регулярних подій сучасного світу, які зумовлюють появу нового сленгу. Сленг є багатоманітним і існує велика кількість його форм: загальний, спеціальний, професійний, комп'ютерний тощо. У даному дослідженні ми зосередили особливу увагу на такому виді сленгу як молодіжний сленг, у зв'язку з тим, що він актуальний для різних царин

життя людини: радіо, телебачення, Інтернет тощо. Молодіжний сленг у сучасній мові функціонує в таких середовищах, як музика, кіно, відеоігри, література, тощо. Серіал також є осередком функціонування молодіжного сленгу. У даній праці, в процесі аналізу мови серіалу, приділяється увага молодіжному сленгу, але тому, що використовується не в реальній комунікаційній ситуації, а в спілкуванні між героями в серіалі.

Для сучасного кіно, де знайомство з персонажами здійснюється здебільшого через діалоги, жива, розмовна мова є найважливішим інструментом творення характерів і наділення їх особливими, індивідуальними якостями. Через голос і мову персонаж здатен повідати про себе більше, ніж зображення: мова розкриває глядачеві його національність, соціальний статус, освіту, особистісні риси, емоційний стан. Нерідко така персоналізація здійснюється шляхом введення в мову персонажів різноманітної соціально маркованої лексики: жаргону, сленгу, просторіччя, діалектизмів. У цьому випадку перекладач стикається з непростим завданням: як максимально правильно відтворити такі безеквівалентні елементи.

Необхідною складовою частиною функціонування будь-якої живої мови є наявність своєрідних підмов, так званих соціолектів. Соціолекти є різновидом національної мови і зумовлені соціально-професійною приналежністю суспільства. “Серед них виділяють жаргон, сленг, арго та просторіччя, які в кінематографічному дискурсі є важливими інструментами репродукції особливостей мовлення героїв” [24, с. 241].

Дана дипломна випускна робота присвячена проблемі відтворення сленгу з англійської на українську мову на основі аудіо-візуального матеріалу американського телевізійного шоу "Теорія Великого вибуху".

Об'єктом дослідження є американський сленг, що використовується в оригіналі та його еквіваленти при перекладі.

Предметом дослідження є способи перекладу, які можна використовувати при передачі американського сленгу українською мовою.

Мета цього дослідження полягає у виявленні найбільш вдалих стратегій при передачі сленгу та визначенні специфіки сленгу.

Поставлена мета передбачає вирішення наступних **завдань**:

1. дати визначення терміну "сленг", виявити його особливості та характеристики, визначити особливості американського сленгу;
2. визначити типи трансформацій та способи перекладу сленгу;
3. виявити основні проблеми перекладу сленгів в кінематографі;
4. проаналізувати способи перекладу сленгу в серіалі "Теорія Великого вибуху" і виконати порівняльно-зіставний аналіз оригіналу і двох варіантів дубляжу для виявлення стратегій перекладу сленгу;
5. виявити найпродуктивніші перекладацькі трансформації, які використовують для відтворення сленгу українською мовою.

Відповідно до мети і завдань дослідження, основними **методами дослідження** в даній роботі є наступні: описовий метод, метод дистрибутивного аналізу, метод теоретичного аналізу, метод суцільної вибірки та метод порівняльно аналізу.

Сленгова лексика була предметом дослідження багатьох українських вчених, зокрема О. Т. Горбач, Й. О. Дзендзелівський, П. М. Грабовий, В. Боржковський, І. Г. Матвіяс, Ю. Л. Мосенкіс, Л. О. Ставицька, К. Й. Студинський, К. В. Широцький, А. М. Трембіцький, С. Мартос, О. Тараненко. Соціолінгвісти вивчають різні аспекти функціонування аргю, жаргону та сленгу в суспільствах. Багато питань залишаються невирішеними. Дослідження включають аналіз лексики жаргонних підсистем, їх взаємодію з національною мовою та літературними стандартами, а також вивчення жаргонізованих стилів сучасної мовної комунікації, зокрема в урбаністичному середовищі. Також важливо дослідження сленгу з лінгво історіографічної перспективи. У мовознавстві

до цього часу не існує комплексних робіт лінгво історіографічного характеру, які б розглядали специфіку вивчення цього явища в загальнотеоретичному контексті. Однак, у зв'язку з постійним поповненням словника та динамічною природою сленгових одиниць існує постійна потреба в систематизації нових сленгових одиниць та оновленні існуючих словників. Крім того, навіть не зважаючи на великий інтерес науковців до дослідження питання аудіовізуального перекладу, його різновидів та особливостей (Г. Готліб, Р. Паквін, К. Райс, Р. Матківська, Г. Люкен, Х. Діас Сінтас), проблема відтворення сленгових одиниць в кінотексті досі не отримала достатньої уваги в національному та зарубіжному перекладознавстві. Тому, **актуальність наукового дослідження** полягає у висвітленні проблеми перекладу сленгу саме в аудіовізуальному перекладі, оскільки якісний переклад цих одиниць є обов'язковою умовою для адекватного сприйняття твору глядачем, формування його ставлення до героїв та до фільму в цілому.

Поза тим, однозначного підходу до проблеми перекладу одиниць сленгу в різних мовних контекстах не існує. Загалом це зумовило потребу комплексного дослідження перекладу сленгу на основі декількох мов, що сприяє підвищенню мовної грамотності та розвитку мовних навичок перекладачів, розвитку культури мовлення та почуття комунікативної доцільності вживання мовних засобів у різних сферах спілкування. Це також є доволі вагомим компонентом формування актуальності даного наукового дослідження.

Наукова новизна дослідження полягає у створенні концепції вивчення сленгу та формуванні типології методів для усунення труднощів і досягнення відповідності перекладу американського сленгу українською мовою.

Неможливо заперечити, що сленг відзначається своєю виразністю, багатозначністю та здатністю відхилитися від загальноприйнятих норм

літературної мови. Використання сленгу дозволяє відтворити різноманітність та актуальність мовного вираження, а також зосередити увагу на емоційному стані та ставленні мовця до конкретної ситуації. Переклад сленгового висловлення вимагає ретельного врахування лінгвістичних та прагматичних аспектів. Це означає, що при перекладі сленгу необхідно взяти до уваги різні методи, стратегії та критерії адекватності, а також здійснити аналіз міжмовної відповідності та адаптації.

Практична значущість дослідження полягає у використанні результатів дослідження дипломної роботи в практичній діяльності перекладачів, які спеціалізуються на аудіовізуальному перекладі. А також дані, отримані під час аналізу конкретного мовного матеріалу, роблять внесок у теорію та практику перекладу.

Практичну базу дослідження становить американське телешоу "Теорія Великого вибуху" в оригіналі та два варіанти його дубляжу, виконані студіями "НЛО TV" та "1+1". Загалом було підібрано близько 100 прикладів використання сленгу в телесеріалі "Теорія Великого вибуху", а також варіанти їхнього перекладу від двох українських студій.

Структура роботи. Магістерська робота, обсягом в xxx сторінок друкованого тексту, з них xxx сторінок основного тексту, складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел.

У *Вступі* обґрунтовано вибір теми, її актуальність, сформульовано мету і завдання роботи, розкрито об'єкт, предмет і методи дослідження, наведено інформацію про структуру роботи.

У *Розділі 1 «Теоретичні аспекти поняття сленгу та основи його формування»* викладено загальне теоретичне підґрунтя дослідження феномену сленгу, розкриті основні особливості сленгу, сфери його функціонування та основи формування.

У **Розділі 2 «Особливості роботи зі сленгом на основі аудіовізуальних матеріалах»** досліджується методика вивчення сленгу на основі аудіовізуальних матеріалів. Основна увага приділяється таким аспектам як перекладацькі трансформації при перекладі сленгу, основні особливості та складнощі при перекладі сленгу та при роботі з аудіовізуальним матеріалом.

Розділ 3 «Аналіз перекладацьких рішень та трансформацій при перекладі сленгу на прикладі аудіовізуального матеріалу серіалу «Теорія Великого Вибуху» присвячено практичному розгляду питання відтворення сленгу під час дублювання. З огляду на виділені у теоретичному розділі способи перекладу сленгу, було охарактеризовано перекладацькі рішення при відтворенні сленголексем у досліджуваному серіалі та вказані основні проблеми, з якими зіштовхувалися перекладачі у роботі. З урахуванням усіх виділених раніше особливостей, подано можливі варіанти перекладу.

У розділі **Загальних висновків** узагальнено та підсумовано результати проведеного дослідження. У списку використаних джерел, що подається в алфавітному порядку, наведені монографії, словники та статті, які були використані у ході виконання даної наукової роботи, і які належать як українським, так і зарубіжним авторам.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ СЛЕНГУ ТА ОСНОВИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ

1.1. Сленг як об'єкт сучасних мовознавчих досліджень. Визначення поняття сленг, його властивості, функції та особливості.

Внутрішньомовні процеси, що відбуваються в суспільстві, далеко не завжди проявляються в найкращому світлі, адже інколи містять вульгарну лексику, неприйнятну з точки зору літературної мови. Проте водночас ця яскрава мовна сполука, яку називають сленгом, викликає, як не дивно, жвавий інтерес у науковців. Всупереч трактуванню сленгу як позалітературної мови, дана тематика вважається актуальною, тому що вона свідчить не про брак виховання та освіченості, а, навпаки, про можливість експресивного висловлювання особистості. Мовне поняття сленгу є свідченням значних соціокультурних трансформацій та відповідних інтралінгвістичних змін.

Вивченням та дослідженням сленгу займалися такі українські та зарубіжні мовознавці: Й. О. Дзензелівський, В. Боржковський, П. М. Грабовий, І. Г. Матвіяс, О. Т. Горбач, Ю. Л. Мосенкіс, Л. Ставицька, Р. Спірс, С. Мартос, Г. Бауман, Х. Кюпер, І. Мейер, Ч. Г. Леланд, Г. Еман, Б. Давід, Ф. Клуге, А. Барер, Д. Греттан, Дьюкейндж Анлікус, Р. І. Макдевід, Е. Партрідж, Дж. С. Фармер і У. Е. Хенлі, Дж. К. Хоттен, Л. Блумфілд, Дж. Гамперц, Дж. Б. Грінаф і Дж. Л. Кіттрідж, І. Щур та інші. Ці та багато інших науковців пропонують підхід до вивчення сленгу як одного із засобів збагачення словникового складу не лише англійської, а й особливо української мови.

Аналіз сучасного молодіжного сленгу повністю підтверджує відзначену вченими потужну словозмінну варіабельність соціальних діалектизмів. Адже сленгова лексика – це ознака передусім усно-розмовного мовлення, відтак вона не тримається застиглої лексичної форми, а постає щоразу в іншому звуковому образі [36, с. 12]. Для сленгу характерне активне використання фразеологізмів, головним чином, емоційно-забарвлених, стилістично знижених. При цьому, поруч з використанням вже існуючих у мові і широко відомих фразеологізмів, можна спостерігати і створення нових. Постійне оновлення лексичних засобів, швидка їх змінність – одна з характерних рис молодіжного сленгу. Із заміною одного модного явища іншим, старі слова забуваються, їм на зміну приходять нові. Цей процес відбувається дуже стрімко. Якщо у будь-якому іншому сленгу слово може існувати протягом десятків років, то у молодіжному сленгу лише за минуле десятиріччя бурхливого світового прогресу з'явилася і зникла значна кількість слів. Але є речі, які не зазнали особливих змін. Проте їх сленгові номінації не залишаються незмінними. Йде процес зміни покоління, і ті слова, які здавалися модними п'ять - сім років тому, зараз усім здаються застарілими. Змінюється мода, тенденції у суспільстві, деякі слова просто набридають [36, с. 14].

Незважаючи на активне вивчення сленгу, сучасна лінгвістика досі не визначила єдиного тлумачення цього терміну, а також не виявила специфічних ознак, які однозначно відрізняють сленг від інших мовних явищ, таких як арго та жаргон.

У наступній таблиці ми розглянемо приклади визначення сленгу, які наведені в роботах авторів, зазначених у бібліографії даної роботи. Таким чином, ми переконаємося в комплексності поняття та проаналізуємо його з різних точок зору, з якими мовознавці досліджують це явище:

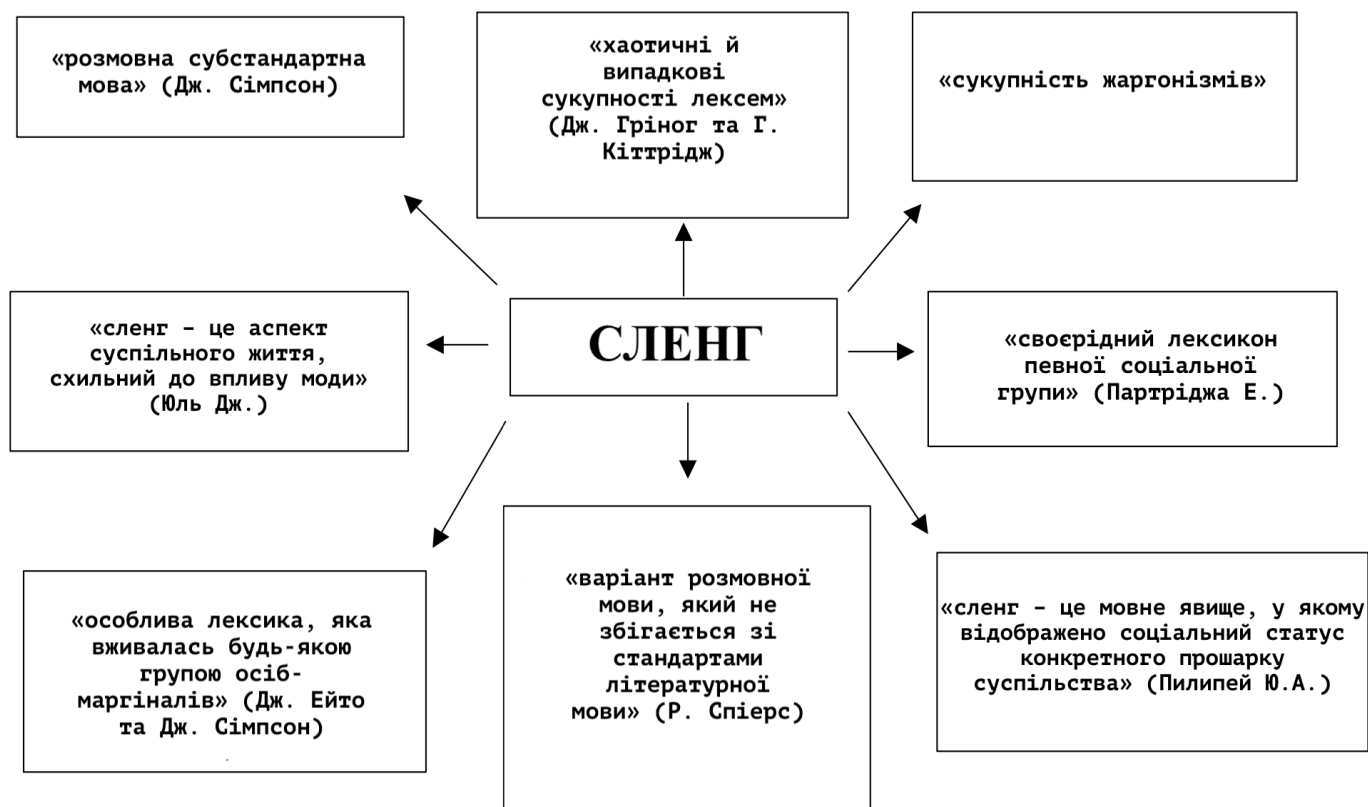


Рис 1 - визначення поняття "сленг"

Деякі дослідники (Л.О. Ставицька, Ю.Л. Мосенкіс) цілком обґрунтовано розглядають принципово важливим провести межу між арго та жаргоном. Водночас вони, як правило, схиляються до думки, що ці терміни суттєво різняться за ступенем відкритості. “Арго - це секретна мова, що використовується представниками певної обмеженої спільноти, представниками нижчих верств населення, тоді як жаргон - властивість відкритої групи, соціальний говір певного вікового прошарку чи професійної спільноти” [47, с. 53]. Мовне середовище усного спілкування великої кількості людей, що відрізняється від мовної норми, на відміну від арго та жаргону, називають "сленгом". Нині в лінгвістиці не існує загальноприйнятого визначення терміну "сленг". На думку Т. Кондратюк, “сленг – надзвичайно потужна, жива, вільна мовна стихія, що відіграє роль

індикатора нашої індивідуальної і соціальної психології” [29]. Українська мовознавиця Леся Ставицька тлумачить сленг як практично відкриту мовну підсистему ненормованих, стилістично знижених лексико-фразеологічних одиниць, які виконують, оцінну (звичайно негативну) та евфемістичну функції [46, с. 56]. «Енциклопедія українознавства» наводить наступне визначення сленгу: «Сленг, міський соціолект, виниклий з арго різних замкнених соціальних груп (правопорушників, крамарів, ремісників, в’язнів, бурсаків-учнів, вояків), як емоційно забарвлена лексика низького й фамільярного стилю, поширена серед соціальних низів і певних вікових груп (ремісничої, шкільної молоді) міст» [25]. На нашу думку, найбільш вичерпне визначення терміну "сленг" подано в роботі “Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія” О.О. Селіванової: "Сленг – це нелітературна додаткова лексична система, яка становить паралельну експресивно-оцінну, найчастіше стилістично знижену синонімію позначень загальновідомих понять і належить певній соціальній субкультурі; різновид соціалекту – соціально маркованої лексики певної суспільної групи (професійної, вікової тощо) у межах національної мови. Сленг не є формою існування мови, оскільки не має власної специфіки фонетичного та граматичного рівнів і ґрунтується на закономірностях національної мови" [45, с. 146].

Задля більш чіткого визначення поняття "сленг" важливо визначити його місце в системі розмовної мови та окреслити близькі йому поняття. Терміни, що окреслюють неформальне мовлення, і нині є одним із найактуальніших питань у лінгвістиці. Широко використовуються такі терміни як "жаргон" та "арго", запозичені з французької мови (фр. jargon, argot), а також, "кент" і "сленг", що прийшли з англійської лексикології (англ. cant, slang). У нашій науковій роботі ми розглянемо поняття сленгу відносно таких суміжних понять, як арго, жаргон, професіоналізми та колоквиалізми, тим самим розмежовуючи їх і виокремлюючи властивості

сленгу. Поняття "кент" було залишено осторонь через певну архаїчність вживання в сучасних академічних колах.

Одним із близьких до сленгу понять є арго. Арго (франц. argot) - це особлива мова певної вузькопрофільної професійної або соціальної групи, що складається з довільно обраних видозмінених елементів однієї або кількох натуральних мов. “Арго - це таємна мова, якою користуються члени закритої групи, низи суспільства, а жаргон - атрибут негерметичної групи; це соціальний діалект певної вікової спільноти чи професійної корпорації” [46]. Тобто цей вид лексики, на відміну від сленгізмів, притаманний закритим соціальним, найчастіше професійним, групам. Змістове наповнення арго може виявитися незрозумілим для необізнаної людини, тому що головним завданням арго є відмінна, недоступна для розуміння більшості, дефініція предмета комунікації, а не додавання експресії за посередництвом оціночного забарвлення, як у сленгізмів. Також зазначимо, що сленг у більшості випадків має синонім у літературній мові, тоді як у арго їх може не бути.

Ще одним надзвичайно наближеним до сленгу поняттям є жаргон. Жаргон (франц. jargon) - це лексика, що утворюється при комунікації представників однієї професії, одного соціального статусу. Їхня головна мета - сприяння кращому взаєморозумінню людей, які належать до однієї групи, а також надання експресивності мовленню. Таким чином, найвиразнішими відмінностями сленгу від жаргону є менш жорстка соціально-групова орієнтованість і більш широка доступність для розуміння.

У роботі "*A Dictionary of Slang and Unconventional English*" відомий вчений-лексиколог Ерік Партрідж писав наступне: «Slang stands below colloquialisms, but above cant; it excludes dialect» [Partridge, 2004, с. 78], що прямо вказує на схожість даних понять. Хоча ці поняття мають схожі аспекти, їх використання та походження можуть відрізнитися. Сленг

частіше пов'язаний з певними соціальними групами або підлітковою культурою, тоді як колоквіалізми є загальноживаними виразами, що характеризують неформальну мову в цілому.

Особливість сленгізмів порівняно з професіоналізмами виявляється в тому, що на відміну від системи сленгової лексики, яка є загальноживаною в мовленні всіх носіїв мови, незважаючи на їхню приналежність до тієї чи іншої соціальної або професійної спільноти, професіоналізми є лексичними категоріями, що вживаються лише у вузьких колах.

Професіоналізми відзначаються динамічністю свого складу і змісту: одні й ті самі слова, залежно від специфіки професійного прислівника чи термінології, можуть вживатися як різні терміни з різним значенням.

Для кращого розуміння, нижче наведено таблицю з визначеннями зазначених мовних явищ та прикладами, а також порівняльну таблицю в якій подані спільні та відмінні характеристики понять "сленг", "арго", "жаргон", "колоквіалізм":

Поняття	Визначення	Приклади
Сленг	Неформальна, розмовна лексика, часто використовується у певних соціальних групах або підлітками.	<i>"Lit"</i> (відмінно, круто), <i>"bae"</i> (кохана/коханий), <i>"hangry"</i> (гоłodний та сердитий)
Жаргон	Особлива лексика, яка використовується у певному професійному середовищі або соціальній групі, але не обов'язково має негативний контекст.	<i>"Bandwidth"</i> (ІТ жаргон - можливість сприйняти або обробити інформацію), <i>"greenback"</i> (фінансовий жаргон - долар США)

Поняття	Визначення	Приклади
Колоквіалізм	Вирази або слова, що є типовими для розмовної мови, але не обов'язково входять до сленгу чи аргю.	" <i>Hang out</i> " (проводити час разом), " <i>a piece of cake</i> " (дуже легко), " <i>hit the hay</i> " (іти спати)
Арго	Специфічна мова або лексика, що використовується у певній професійній групі.	" <i>Busted</i> " (в'язниця - виявлений у вчиненні злочину), " <i>snafu</i> " (військовий жаргон - ситуація, яка повністю несправедлива)

Таблиця 1 - визначення понять "сленг", "арго", "жаргон", "колоквіалізм" та наведення прикладів

Вищезазначена таблиця послуговує засобом ілюстрації та уточнення визначень та суті кожного з мовних явищ разом з кількома наведеними прикладами. Наступна таблиця має на меті візуалізувати характеристики, особливості та відмінності кожного з вищеперерахованих мовних явищ, сприяючи глибшому розумінню їхньої природи та розрізненню між ними для подальшої роботи зі сленгом. Таким чином, ми зможемо зробити висновок щодо того, яке саме з мовних явищ найбільш наближене до сленгу, а також з яким іншим мовним явищем сленг має спільні риси, такі як, наприклад, наявність синонімів у літературній мові, функціонування в освіченому середовищі, наявність експресивності та інші аспекти:

Поняття	Обмеженість доступу	Наявність синонімів у літературній мові	Експресивність	Додаткові функції (приховування об'єкта комунікації і т.д.)	Функціонування як об'єднуючого елемента
Сленг	-	+	+	-	+
Жаргон	+	+	+	-	+
Колоквіалізм	-	+	+	-	-

Арго	+	-	-	+	+
------	---	---	---	---	---

Таблиця 2 - порівняння мовних явищ "сленг", "жаргон", "арго" та "колоквіалізм"

На основі аналізу можна зробити висновок, що найближчим до сленгу поняттям є жаргон, оскільки вони поділяють багато спільних характеристик, а найвіддаленішим є арго, з яким сленг перетинається тільки за функцією об'єднання людей за будь-якою ознакою.

Незважаючи на те, що визначення сленгу є неоднозначним, сьогодні він є важливим інструментом спілкування для великої кількості людей. Сленг виступає як засіб комунікації, об'єднуючи своєрідну спільноту та наділений певними функціями. Дослідники виділяють різноманітні функції, які виконують сленгові вирази:

1. **Комунікативна** роль сленгу полягає в здатності передавати інформацію між учасниками комунікації, сприяючи ефективному обміну думками та ідеями. Комунікативна функція сленгу нерозривно пов'язана з тим, що сленг виступає як засіб комунікації між людьми. Ця функція дозволяє особі, що висловлюється, передавати свої думки, а отримувачеві інформації - розуміти та реагувати на неї відповідно до ситуації, змінювати свою поведінку чи позицію.

2. **Ідентифікативна** функція надає можливість особі відчутти себе частиною певної групи та віднайти своє місце в її культурному середовищі.

3. **Емоційно-експресивна** функція сленгу виражається у здатності відтворювати почуття та емоції, розширюючи можливості комунікації не лише словами, але й жестами та мімікою.

4. **Евалюаційна** функція сленгу дозволяє висловлювати особисті думки та ставлення до різних явищ, предметів чи осіб у неформальному контексті.

5. **Творча** функція сленгу полягає в здатності створювати нові слова або вирази, які не мають прямого еквівалента в літературній мові, збагачуючи мовний вокабуляр спільноти.

6. **Маніпулятивна** функція сленгу дає можливість впливати на співрозмовників, створюючи специфічну атмосферу або викликаючи певні реакції з їх боку [14, 476 р.].

Серед вище вказаних функцій сленгу, лінгвісти виділяють три основні: номінативну, комунікативну та когнітивну. Деякі дослідники також включають до переліку функцій сленгу експресивну, ідентифікаційну, конспіративну та функцію мовної економії [8]. Функція мовної економії є надзвичайно важливою, особливо для молоді, яка схильна жити зараз та не витратити зайвий час на непотрібні речі, такі як слова, символи та навіть правила мови, такі як граматики, фонетика, синтаксис та інші. Мовна економія дозволяє молоді використовувати мінімальну кількість слів або скорочення для вираження своїх думок та емоцій, відповідно до їхнього стилю спілкування. Наведемо для прикладу використані в серіалі сленгізми:

Cali - *Каліфорнія*;

OMG (Oh my God) - *Боже мій*;

Bev - *напій*;

Sus (suspicious) - *підозріло*;

Sis (sister) - *подруга* [55].

Отже, сленг виконує різноманітні функції, і через їх поліфункціональність та взаємозв'язок одна сленгова одиниця може використовуватися в мовленні з різними цілями. Під час перекладу молодіжного сленгу з однієї мови на іншу ключовим критерієм є збереження інтенції повідомлення, яке передається в процесі комунікативного акту.

Заперечення існування окремого феномену "сленгу", в мовознавстві є досить цікавою позицією. Деякі дослідники стверджують, що слова, що зазвичай відносяться до сленгу, можуть вписуватися в різні лексичні та стилістичні категорії, такі як неологізми або колоквіалізми (Гальперін, 2004). Ця точка зору вказує на те, що мовні вирази, що ми сприймаємо як сленгові, можуть бути лише частиною широкого спектру лексичних та стилістичних засобів, що використовуються мовцями в різних комунікаційних ситуаціях. Таким чином, ідея існування сленгу окремо від літературної мови може бути піддана сумніву.

Дослідники, що підтримують цю позицію, схиляються до класифікації сленгу як частини жаргону та розмовного словника. Це може вказувати на те, що сленг є лише однією зі складових мовного манера виразності, яка може змінюватися в залежності від контексту та спілкування. Такий підхід дозволяє розглядати мовлення як багатосарову систему, де кожен шар, включаючи сленг, взаємодіє з іншими, утворюючи різноманітність і багатство мови.

Ми натомість у даній роботі існування сленгу не заперечуємо. Навпаки, дотримуючись поглядів учених, що належать до першої категорії, ми вважаємо цілком можливим дати своє визначення цього поняття, щоб поступово заповнити ще не доопрацьовану термінологічну базу цього феномена, який ми вивчаємо. Отже, спираючись на дефініції, наведені раніше згаданими вченими, можемо припустити, що сленг - це історично сформований специфічний лексичний шар, що включає в себе слова й висловлювання, що наділені високою експресивністю, наявність якої зумовлює використання сленгу як стилістичного "інструменту" в мовотворчості та як способу вираження суспільної думки представників відповідних прошарків суспільства.

Таким чином, більшість вчених-лінгвістів схиляються до спільної думки, що сленг - це різновид емоційно забарвленої лексики, яка

утворюється та існує як наслідок неофіційного, фамільярного, зниженого стилю спілкування в межах соціальної та мовної єдності певної групи співрозмовників. Здебільшого сленг характерний для молодшого покоління. Саме в цьому полягає його відмінність, з одного боку, від жаргонів, які охоплюють різні категорії мовців за родом діяльності, хобі, соціальним статусом тощо, а з іншого - від арго, яким послуговуються члени замкненої соціальної групи.

1.2. Загальні інтра- та екстралінгвістичні аспекти формування сленгу.

Поняття сленгу існувало століттями, як в Англії, так і у різних країнах Європи. Споконвіку сленг застосовувався в середовищах злочинного світу, однак до кінця XVIII ст. розповсюдився за його межами. У XIX ст. - початку XX ст. вживання сленгу передусім охоплювало англословний простір, у першій половині XX ст. його застосовують і в інших індоєвропейських мовах [43, с. 4]. На противагу банальній, надокучливій мові - виникає сленг, що пояснюється прагненням "пожвавити" мову і забезпечити тісний контакт зі співрозмовником. У спілкуванні сленг використовують багато людей, але особливо він популярний серед молоді.

Безперервна еволюція та змінюваність сленгу свідчать про невпинний творчий процес його носіїв. Сленг, як будь-яке мовне явище, має різноманітний характер. У ньому зустрічається велика кількість синонімів, наприклад, слово "*money*" може мати більше ніж сотню сленгових варіантів лише в англійській мові. У сленг доволі швидко вливаються нові слова та вирази, але буває, що вони також швидко виходять із ужитку. Експресивні або дотепні слова можуть суттєво впливати на поширення або витіснення сленгових виразів. Іноді вони сприяють раптовому поширенню нових сленгових термінів, або ж навпаки, можуть спричинити швидке зникнення таких виразів. Часом новизна виразів зникає, і сленгові терміни втрачають

свою актуальність. Однак у деяких випадках вони можуть залишатися вживанні як нормальні слова без відчутного відтінку сленгу [41, с. 38].

Формування лексичного пласту сленгу відбувається за допомогою інструментів і засобів, властивих мові в цілому. Різниця між звичайним словотворенням та утворенням сленгізмів складається лише в комбінаціях і пропорціях. Існують різні способи формування нових сленгових одиниць: морфологічний (включає в себе безліч різновидів формування сленгізмів, які будуть наведені далі в роботі), семантичний (зміна семантики вже існуючих слів - *sharp* - *розумний*) та фонологічний (ономатопея - *buzz* - *дзвонити по телефону*). Так, утворення молодіжної лексики відбувається за допомогою словоскладання, словозлиття, конверсії, афіксації та скорочення. Основним джерелом поповнення лексики сленгу є переосмислення слів щодо їхнього переносного, вужчого або ширшого значення. Також ефективним способом словотворення є фонетична адаптація з подальшим переосмисленням [38, с. 134].

Історично, ще в 19 столітті були спроби категоризації сленгу та його формування. Дж. К. Хоттен (1859) визначає різні способи "прикрашання" мови, які застосовуються у формуванні сленгових виразів:

- 1) Запозичення з інших мов або ж екзотизми;
- 2) "*Gibberish*" - метод додавання звуків чи вигуків до слів;
- 3) "*Gower Street Dialekt*" - мовленнєва помилка, при якій мовець переставляє початкові звуки або літери двох або більше слів;
- 4) Сленг студентів Вінчестерського коледжу - заміна початкових звуків на "wa" та вставка додаткових приголосних у середині слова;
- 5) Використання спеціальних символів або знаків таємної писемності, що були популярні серед мандрівників [10, 662 р.]. Дж. К. Хоттен вважає, що характерною рисою новоутворень у сленгу є розвиток нових значень у старих словах. Це означає, що в сленгових виразах часто відбувається переосмислення і переінтерпретація традиційних слів, внаслідок чого вони

набувають нового смислу або вживаються в нових контекстах. Такий процес розвитку нових значень може бути результатом соціокультурних трансформацій та потреб спільноти, яка використовує цей сленг.

Безумовно, варіанти утворення сленгізмів на цьому не закінчуються, і це лише добірка тих, які були виокремлені в середині 19 століття одним мовознавцем. У наш час існують десятки, якщо не сотні, способів утворення сленгізмів: розширення значення; ономапопея; перестановка початкових букв у двох словах у словосполученні або в складному слові; перетворення імен власних у загальні; метатеза; зворотне перевертання слів; усічення; римований сленг; словоскладання, та інше [22, с. 106].

Різноманітність джерел, з яких формується молодіжний сленг, пояснюється тим, що молодь прагне відрізнитися за допомогою мовних засобів. У молодіжному середовищі вживання сленгу відіграє значну роль як спосіб мовного спілкування та самовираження.

Ми ж хочемо виділити в даній роботі способи формування сленгізмів, які частіше всього використовуються в сучасній англійській мові, серед них:

1. Телескопія - це процес об'єднання двох або більше частин різних мовних одиниць в одне слово. Наприклад:

bromance – братська дружба (brother + romance);

chillax – відпочинок (chill + relax);

beauhunk – приємна молода людина (beautiful + hunk);

brainiac – кмітливий (brain + maniac);

fantabulous – неймовірний (fabulous + delicious) [55].

Використання подібних виразів дозволить з'єднати в одному слові кілька значень, що дасть можливість чіткіше і оригінальніше описати ситуацію або предмет.

2. Скорочення - це утворення слова шляхом усічення довгого слова, включаючи афerez (усічення початку), синкопу (усічення середини) та

апокопу (усічення кінця слова). Вживання подібних скорочених одиниць відображає тенденцію до мовної економії. Наприклад:

selfie – *селфі* (self-portrait);

app – *застосунок* (application);

merch – *товар* (merchandise);

bae – *дівчина* (baby);

aight – *добре* (alright);

schizo – *психічно хворий* (a Schizophrenic) [55].

3. Переосмислення - це процес перегляду або переінтерпретації значення слова щодо його переносного, вулгарного або ширшого вживання.

Наприклад:

cool – *крутий* (початково означало "прохолодний", але тепер вживається як "крутий");

animal – *людина з неприємною зовнішністю*;

reach – *першого сорту, вищої якості*;

plastic – *несправжній, підроблений*;

beef – *конфлікт*;

bread – *гроші* [55].

Семантичні зміни значення слів зумовлені передусім розвитком нових значень (розширенням або звуженням) в наявних слів за допомогою перенесення назви з одного предмета на інший з різних підстав.

4. Аббревіатура - утворення з перших літер або з інших частин слів, що входять до складу назви чи поняття. Аббревіатури займають суттєве місце в системі американського сленгу, їхня основна мета - економія місця і простору під час написання повідомлень. Утім, ми можемо говорити про те, що аббревіатури - це особлива секретна мова користувачів сленгових виразів. Наприклад:

LOL – *розриватися від сміху* (laugh out loud);

BB – *розумник* (big brains);

POMS – у мене за спиною батьки (parent over my shoulder);

TIME – плакати (tears in my eyes);

J4F – просто так (just for fun);

FOMO – страх втратити можливість (fear of missing out) [55].

5. Словоскладання - це спосіб утворення слова, коли частина одного слова об'єднується з іншим словом або його частиною. Наприклад:

hangry – розлючений голодом (hungry + angry);

mockumentary – псевдодокументальний фільм (mock + documentary);

glamping – гламурний кемпінг (glamorous + camping);

hard+boiled – брутальний;

apple+sauce – маячня;

odd+ball – незвичайний;

rattle+bones – худорлявий;

air+head – телепень [55].

6. Конверсія - це процес утворення слова шляхом зміни його граматичних характеристик без використання афіксів. Наприклад:

google – шукати щось в пошуковій системі Гугл/пошукова система Гугл (слово як іменник і дієслово);

friend – товариш/заводити нові знайомства (слово як іменник і дієслово);

shake-up – тренувальний зал для великого класу/змішувати інгредієнти (слово як іменник і дієслово);

Rambo – знищувати/Рембо (слово як іменник і дієслово) [55].

7. Метафоризація - це набуття словом метафоричного значення. Наприклад:

throwing shade – "кидати тінь" (використовується у значенні "критикувати");

birdcage – гуртожиток;

four-eyes – очкарик;

vest – *бізнесмен* [55].

8. Подвоєння - це повторення звукового складу слова. Основними функціями цих сленгових виразів є експресивність, образність і фамільярність мовця стосовно предмета мовлення. Наприклад:

fuddy-duddy – старомодний;

wishy-washy – ексцентричний

chit-chat – беззмістовна розмова;

ding-dong – йолоп;

itsy-bitsy – надзвичайно маленький [55].

9. Афіксація - це утворення нового слова за допомогою приєднання до нього суфікса або префікса. Наприклад:

hangryness – розлюченість від голоду (*hangry* + *-ness*);

chillaxing – відпочивати на повну (*chill* + *relax* + *-ing*);

vlogosphere – сфера відеоблогінгу (*vlog* + *sphere*);

croak + *er* – лікар, терапевт;

sleep + *er* – заспокійливе;

adork + *able* – дивакувата людина;

nega + *holic* – людина, яка все заперечує;

hamt + *er* – піца з шинкою [55].

Афіксація (частіше суфіксація) використовується для створення іменників, які визначають людину, що володіє певними характеристиками або якостями.

10. Зворотне словотворення - це явище, при якому слово утворюється при відкиданні суфікса або частини слова. Наприклад:

donate (*donation*);

peddle (*peddler*);

burgle (*burglar*) [55].

Характерною особливістю сленгу є широке використання специфічних додаткових дієслів, таких як "робити", "дати", "тримати", і тд.,

для створення описових виразів і фразеологізмів. У цих конструкціях часто віддають перевагу окремим словам, але водночас вони мають стислий і небагатослівний характер, що є характерним для соціально забарвленої мови. Для формування сленгових висловлювань також важлива "звучність" слів, особливо в мові людей неграмотних або ж із низьким рівнем освіти [20, с. 5].

Ще одним методом формування молодіжного сленгу є антономазія. Це стилістичний прийом, коли власне ім'я використовується для опису іншого об'єкта або особи, яка має подібні характеристики до носія цього імені. Наприклад:

Agent 47 - безшумний, той що з'являється неочікувано - походить від персонажу гри *Hitman*;

Suge - жорстка та безпринципна людина - походить від *Suge Knight*, засновника музичного лейблу, якого підозрюють у вбивстві своїх підопічних заради грошової вигоди [59].

Чимало сленгових виразів англійської мови були запозичені з інших мов протягом її історії. Тому для повного розуміння сучасного лексичного складу молодіжного сленгу необхідно поєднувати синхронічний та діахронічний підходи. Багато виразів у молодіжному сленгу походять з іспанської, циганської, французької та інших мов. Наприклад:

Mec - запозичено з французької мови і означає "друзьбан", "чувак";

Siesta - іспанське слово, яке означає "обідня перерва", але в молодіжному сленгу використовується для позначення відпочинку після вечірки;

Gatinha - походить від бразильського сленгу та використовується на позначення другої половинки [59].

Утворення сленгу в мові використовує не лише класичні методи словотворення, які загалом характерні для мови, але й специфічні форми, які можуть включати порушення граматичних, фонетичних та лексичних

норм. Наприклад, порушення порядку слів під час формулювання загального запитання належатиме до граматичних відхилень від норми. Таке явище, як просодія - втрата звуку та літер або цілого складу під час асиміляції чи дисиміляції належить до фонетичних відхилень. Наприклад, втрата і заміщення апострофом літери -g у кінці дієслова у формі *Continuous - goin'*. До лексичних можна віднести, наприклад, формування складних оцінних епітетів, частини яких пов'язані дефісами, наприклад, *heart-stopping* або *jaw-dropping*; а також, оцінкові репліки й вигуки, як *golly* або *jee* [55].

Отже, коли ми говоримо про те, як виникають та формуються сленгові вирази в мові, можна виділити два основних шляхи: використання класичних методів словотворення і порушення мовних норм. Цей різноманітний підхід до формування сленгу в основному зумовлений специфікою оточуючого середовища, де ці вирази вживаються. Необхідно також пам'ятати, що серед морфологічних, семантичних та фонологічних способів формування сленгової лексики, не менш важливим є позамовні фактори формування сленгу.

Слова, як важлива складова мови, відіграють ключову роль у формуванні засобів якими ми щоденно користуємося для передачі інформації та емоцій. Люди завжди користуються словами для створення речень, але рідко задумуються над тим, звідки походять всі ці слова, якими вони користуються щодня. У цій частині розділу ми спробуємо розглянути механізми, процеси та особливості формування молодіжного сленгу. Деякі сленгові вирази можуть залишатися у вживанні протягом довгих періодів, навіть десятиліть, особливо якщо вони стають загальноприйнятими серед великих спільнот. Постійне поповнення сленгу відбувається не лише через лінгвістичні засоби, але й через зовнішні фактори, які можуть включати політичні, соціальні або технологічні зміни. Такі зміни можуть впливати на

виникнення нового сленгу або модифікацію існуючих виразів у мовному вживанні [38, с. 135].

Міжкультурна комунікація є ключовим фактором на сучасному етапі розвитку суспільства, оскільки вона визначає активні та тісні зв'язки між представниками різних культур світу. У цьому контексті переклад виступає як посередник, сприяючи максимізації співробітництва та взаєморозуміння. Отже, основним завданням перекладача у контексті міжнародної комунікації є забезпечення повної й адекватної передачі змісту першотексту. У процесі перекладу слід звертати увагу на соціопсихологічний аспект, який охоплює різноманітні фактори, що впливають на соціальні та психічні стани людини. Важливо, щоб переклад відображав образи й асоціації, які виникають у свідомості комуніканта, створюючи гармонійне відтворення його інтенцій [18, с. 87].

Сленгова лексика використовується для вираження особистого досвіду, утвердження певного світогляду та передачі ідей, відтак її функція не обмежується лише передачею інформації. Саме тому однією з причин появи нової сленгової лексики є необхідність передати емоцію для досягнення певних цілей/реакції. Певні слова чи вирази можуть створювати гумористичний ефект, підсилювати емоційне забарвлення висловлювання або навіть підкреслювати належність до певної соціальної групи.

Молодь, особливо студенти, можуть використовувати молодіжний сленг як засіб вираження своєї унікальності та творчості. Їм може здатися, що потрібно відокремитися від стандартних мовних норм у наукових колах та використовувати нові, незвичайні вирази або підходи, які відображають їхню власну креативність та стиль мислення. Це сприяє їх здатності висловлювати ідеї та концепції у свіжий та непередбачуваний спосіб, що може сприяти розвитку інноваційних досліджень та зміцненню наукової спільноти [47, с. 55].

Лексикон сленгу постійно перебуває у стані змін, він є динамічною системою, де модифікація одного лінгвістичного явища призводить до виходу з активного вжитку старих термінів та появи абсолютно нових. Цей процес розвивається із значною швидкістю внаслідок динамічного розвитку сучасного світу. У молодіжному слензі слова можуть існувати близько кількох років, оскільки щороку з'являється значна кількість нових висловів, тоді як старі виходять із активного обігу та переходять у пасивний арсенал лексики. Тобто, одним із основних екстралінгвістичних факторів появи нових сленгізмів є - динамічність розвитку світу та технологій.

Використання технологій та медіа в сучасному світі суттєво впливає на формування молодіжного сленгу. Молодь активно користується мовними виразами, які виникають у віртуальних середовищах, таких як Інтернет, соціальні мережі, форуми, блоги тощо. Технологічні засоби та медіа стимулюють появу нових лексичних одиниць у мовній практиці молоді, яка використовує їх для комунікації та вираження власних думок. Безумовно, цей процес також може відобразитися на лексиконі, який молодь використовує навіть у більш формальних контекстах, включаючи наукові праці та академічні дискусії.

Говорячи про технології, важливо згадати джерела, які виконують функцію основного постачальника нових слів у царину сленгу:

1. ІТ. Майже кожен представник молодого покоління володіє різноманітними комп'ютерними пристроями, ігровими консолями та іншими "розумними" технічними засобами. Саме тут найбільш активно виникають нові терміни, оскільки інформаційні технології постійно знаходяться у процесі розвитку [41].

2. Інтернет став невід'ємною складовою життя сучасної молоді. Значна частина їхнього часу проводиться в онлайн середовищі, що призводить до широкого використання інтернет-сленгу [41].

3. Сучасна молодь використовує соціальні мережі та чати як основні канали комунікації та обміну інформацією. Популярні програми, такі як Telegram, Instagram та TikTok відіграють ключову роль у цьому процесі, забезпечуючи постійний потік повідомлень. Ці платформи стимулюють появу нових фонетичних, лексичних і прагматичних одиниць, що в основному спрямовані на вираження емоцій та почуттів, і при цьому не вимагають великих мовних зусиль. Такий спосіб спілкування дозволяє молоді вільно виражати себе та взаємодіяти з оточуючими, використовуючи інноваційні форми виразності, які відповідають сучасним трендам та потребам [41].

Сленг розповсюджений по всьому Інтернету. Поява нових соціальних контекстів, таких як мікроблоги, форуми питань-відповідей і соціальні мережі, сприяли поширенню сленгу та нестандартних виразів в Інтернеті. Ця форма мовного вираження може мати різні відтінки та особливості в різних країнах, серед різних мовних груп та на різних платформах в Інтернеті, роблячи її цікавим об'єктом дослідження для фахівців у галузі лінгвістики, соціології та культурології.

Опираючись на вище наведені аргументи, нам вдалося угрупувати наступні екстралінгвістичні фактори появи та оновлення сленгової лексики в англійській мові:

1. Соціальний контекст: соціальне середовище грає ключову роль у формуванні сленгу. Наприклад, молодіжні підкультури, етнічні групи або професійні спільноти можуть мати власний унікальний сленг, який відображає їхні специфічні цінності, інтереси та спосіб життя.

2. Комунікаційні потреби: люди створюють нові сленгові вирази для того, щоб ефективно виражати свої ідеї, почуття та думки. Це може включати вираження складних або абстрактних концепцій у більш доступній формі або створення виразів, які виражають унікальний досвід чи переживання.

3. Ідентифікація з групою: використання сленгу може бути способом підсилення почуття належності до певної групи або підкультури. Коли люди використовують спільні сленгові вирази, це може зміцнювати їхню спільноту та спільне розуміння.

4. Індивідуальна творчість: іноді люди створюють власні сленгові вирази для того, щоб виокремитися або виразити свою унікальність. Це може бути спробою створити унікальний стиль спілкування або виразити свою особисту ідентичність.

5. Медіа та культурні впливи: Фільми, музика, книги та інші медіа можуть впливати на формування сленгу, популяризуючи певні вирази серед глядачів або читачів. Наприклад, вирази, які стають популярними в піснях або фільмах, можуть стати частиною загального культурного лексикону.

6. Технологічний прогрес: з розвитком інтернету та соціальних мереж виникають нові можливості для створення та поширення сленгу. Онлайн-спілкування може сприяти швидкому поширенню нових сленгових виразів серед великої аудиторії.

7. Географічні та демографічні чинники: деякі сленгові вирази можуть виникати в певних географічних областях або серед певних демографічних груп, відображаючи їхні унікальні культурні та соціальні характеристики. Наприклад, мова та сленг, які використовуються в міських районах, можуть відрізнятися від тих, які використовуються в сільських областях.

Отже, при аналізі формування сленгової лексики в англійській мові важливо враховувати як мовні, так і позамовні фактори. При великій різниці у культурних особливостях переклад стає складним завданням. У такому випадку, творча діяльність перекладача повинна спрямовуватися на знаходження компромісу між двома протилежними тенденціями: "творча діяльність перекладача має спрямовуватися на примирення двох суперечливих тенденцій: збереження мовної норми рецептивної культури в

перекладі, з одного боку, та її гармонізацію з нормою оригіналу як феномена вихідної культури, з іншого" [50]. Позамовні фактори, такі як соціальний контекст, культурні впливи та інші, грають важливу роль у формуванні та поширенні сленгу. Враховуючи те, що серіал, на матеріалі якого ми розглядаємо дану тему, є американським, вважаємо за доцільне уточнити особливості саме американського сленгу та в чому полягають його особливості.

1.3. Класифікація сленгу. Американський сленг та його динамічність.

З одного боку, сленг вживають як стилістичний засіб, завдяки якому досягається ефект новизни і нестандартності, передається настрій мовця, і за допомогою якого оповіданню надається експресія, образність, лаконічність і особливо гумористичне забарвлення. Цю точку зору поділяє і відомий учений Дж. Хотен, який окреслив сленг як "вуличну мову, насичену гумором" [10, 133–136 р.]. Александер також підкреслює гумористичність сленгу: "slang...may be defined as unorthodox, informal use of language, generally with a humorous or would-be-humorous intention". [Alexander, 68 p.].

З іншого боку, під сленгом мається на увазі продукт мовної творчості представників певних соціальних і професійних угруповань. У такій концепції основна функція сленгу - це вираження суспільної свідомості людей, які належать до того чи іншого середовища. Таким чином, на думку одного з найвидатніших дослідників сленгу Е. Партриджа та його послідовників Дж. Грінок і К.І. Кітриджа, сленг - це "вельми хиткі, нестійкі, нестабільні, не кодифіковані, а часто і зовсім безладні та випадкові сукупності лексем, що відображають суспільну свідомість людей, які належать до певного соціального або професійного середовища" [5].

Виходячи з вищенаведених фактів, можна зробити висновок, що класифікація сленгу є складною та викликає багато суперечностей. Порівнюючи її з іншими мовними варіаціями, стає очевидним, що сленг є більш неоднозначним через перетин понять та термінології, яка визначає його суть. У першу чергу, сленг є складним лінгвістичним явищем, яке існує разом із іншими мовними явищами, такими як жаргон та аргі, з якими він має спільні риси та особливості. Такі фактори, як швидкі зміни у словниковому запасі сленгу, вплив різноманітних субкультур та соціокультурних факторів, а також міжмовні взаємодії, ускладнюють процес створення загальноприйнятої класифікації сленгу.

Згідно з Елізою Матієло, сленг можна поділити на два основних типи: спеціалізований та загальний. При аналізі загального сленгу можна визначити його як форму, яка зрозуміла різним верствам населення та не спричиняє складнощів у розумінні семантики конкретних лексичних одиниць [12, 36 р.]. Загальний сленг не вказує на приналежність до певної групи і відрізняється виразною образністю та емоційно-оцінним забарвленням. Його слова виходять за межі стандартної літературної мови, часто породжуючи нові та нестандартні вирази. Ці лексичні одиниці можуть виступати у ролі синонімів для слів і фраз стандартної мови, а також надавати унікальні відтінки смислу, недоступні в звичайному мовленні. Сленг є значущим засобом відтворення життєвого стилю та унікальних особливостей мовного спільноти.

У цьому аспекті загальний сленг може бути розділений на різні тематичні категорії, відповідно до систематизації, яку пропонує С. Мірошник [38, с. 135]: «**стосунки між людьми**» (повсякденні взаємини між людьми, закоханість та романтика, тощо) - *Crush* - сильне відчуття привабливості або пристрасті до когось; *Third wheel* - третя особа, яка перебуває в присутності пари, яка часто відчувається некомфортно або

відчувається зайвою; *Wingman/Wingwoman* - людина, яка допомагає під час намагання підкорити когось, тощо.

«**фізична діяльність**» - *Rep* - повторення у вправі; *Pump* - відчуття набухання м'язів; *Cardio bunny* - людина, яка зосереджується в основному на кардіотренуваннях, тощо.

«**хобі**» - *Hackathon* - захід, під час якого фахівці працюють над розробкою проект; *Geocaching* - пошук схованок за допомогою GPS-координат та інших індикаторів; *Puzzle solver* - людина, яка захоплюється складанням різних головоломок або логічних завдань, тощо.

«**людина та навколишній світ**» - *Tech geek* - людина, яка має великий інтерес до технологій і комп'ютерів; *Eco-warrior* - активіст, що бореться за охорону навколишнього середовища; *Social butterfly* - соціабельна людина, тощо.

Спеціальний сленг є мовою, яку використовують люди, що належать до певної обмеженої соціокультурної або вікової групи. Він характерний саме для цієї групи та використовується для вираження приналежності до певного колективу або субкультури, вказівки на соціальний статус, рівень освіти, вік, конкретні інтереси тощо. Специфічний сленг може бути складним для розуміння для тих, хто не належить до даної групи або не має відповідного контексту. На думку С. Мірошника спеціальний сленг можна поділити на наступні категорії [38, с. 135]:

«**спортивний сленг**» - *J-hook* - удар клюшкою в гольфі, щоб утворити траєкторію м'яча у формі літери J; *butterfly save* - у хокеї, це стиль воротаря, коли він застосовує дві руки та дві ноги, щоб зупинити кидок; *Rubber match* - будь-яка партія, що грається з метою розірвати нічию, коли кожна сторона виграла однакову кількість партій, тощо.

«**військовий сленг**» - *Blue Falcon* - військовий сленг для особи, яка підводить чиїсь військові товариші або зраджує їх; *Battle Zero* - налаштування зброї таким чином, щоб вона була точно націленою на

відстані, що використовується найчастіше в бою; *Green Zone* - безпечна або контрольована зона, де загроза ворожих дій є мінімальною, тощо.

«автомобільний сленг» - *LS swap* - заміна оригінального двигуна на більш потужний; *Donk* - стиль автомобільного тюнінгу, який включає великі колеса і високий пристосований кузов; *Toe-in / Toe-out* - налаштування кута відхилення передніх коліс автомобіля, що впливає на його керованість, тощо.

«підлітковий сленг» - *Clout* - авторитет; *Fam* - форма звернення до близьких людей; *Snack* - людина, яка вважається привабливою, тощо.

«студентський сленг» - *Pulling an all-nighter* - працювати або вивчати без сну протягом всієї ночі; *Rager* - дуже велика або шалена вечірка; *Senioritis* - підвищений ступінь лінощів та втрати мотивації серед старшокурсників перед завершенням навчання, тощо.

Кількість категорій які можна перерахувати в даному виді сленгу є нескінченною, оскільки кожна соціокультурна чи субкультурна група має власний набір сленгізмів: законодавчий, військовий, академічний, духовний, правовий, літературний, театральний, дослідницький, громадянський, крамарів, працівничий, і так далі.

Навіть при існуванні у кожній субкультурі власної мовної системи, важливо враховувати, що ці мовні системи з часом можуть інтегруватися в загальний сленг. Це пояснюється тим, що кожна людина може бути членом декількох субкультурних груп і, відповідно, використовувати різні варіанти внутрішньої мови або жаргону, які характерні для кожної з цих груп. Важливо враховувати, що вибір сленгових виразів для кожної категорії є досить суб'єктивним, оскільки багато залежить від особистого досвіду та сприйняття кожною людиною [20, с. 5].

Отже, класифікація сленгу є складним процесом через його різноманітність та залежність від контексту. Існують різні підходи до класифікації сленгу, але загальна ідея полягає в тому, щоб групувати

терміни та вирази за спільними ознаками, такими як їхнє походження, використання, соціальна приналежність тощо. Також сленг можна класифікувати за тим, чи він є пасивним чи активним вживанням, за його ступенем прийнятності в різних соціальних контекстах, або за специфічними групами, які його використовують.

Американський сленг має більш вагоме використання у звичайному мовленні, ніж британський сленг у Великій Британії. Його вирізняє більша експресивність та менша толерантність, він викликає в слухачів яскравіші образи. Повсякденний американський сленг зрозумілий більшій частині населення США. Він більш динамічний у розвитку, набагато швидше входить у мову повсякденного спілкування, а потім частково і в літературну мову, ніж британський [6].

Відношення американців до сленгу більш позитивне, ніж англійців, з часом це ставлення дедалі лояльніше. Коли в першій третині XIX ст. сленг у США вважався низькою, вульгарною, позбавленою змісту мовою, то наприкінці XIX ст. увиразнився новий підхід: "сленг - це будь-який різновид соціолекту, що вказує на соціальний клас" [4, 4 р.]. У XIX столітті в американському сленгу виникло цікаве явище, відоме як "Tall talk", що представляло собою нові та неординарні вислови, спрямовані на враження своєю незвичайністю. "Tall talk" відзначався різноманітними гротескними метафорами та надмірними перебільшеннями. Для американського сленгу було характерним інноваційний процес, при якому сленгові вирази спочатку виникали серед верхівки соціальної піраміди, а потім поширювалися до широких мас. Ці форми сленгу часто називають "синтетичним сленгом" [4].

Американці вважають американський сленг "комічним" через його гумористичний ефект. Гумор американського сленгу насамперед полягає у його фонетичній складовій. Значна кількість американських сленгізмів послуговується милозвучністю для того, щоб бути більш зрозумілими та

легко запам'ятовуватися, а також для того, щоб бути яскравими та зрозумілими для сприйняття [49, с. 92]. Рима є поширеним фонетичним прийомом в американському сленгу для досягнення гумористичного ефекту. Існує багато прикладів:

the bee's knees (видатна людина або річ);

fender-bender (дрібниця);

razzle-dazzle (карнавал) і так далі [59].

Характерні риси гумору також проявляються через лексику. НАТО - це аббревіатура, яка є скороченням від Організація Північноатлантичного договору, але зараз американці використовують НАТО як сленг, який має зовсім інше значення, ніж оригінальне. Нове значення НАТО застосовується для опису кого-небудь, хто тільки заявляє про щось, але не реалізує свої плани [57].

Сленг - це лексика, яка є результатом популярної серед молоді гри слів та перейменуванням речей і дій. Хтось вигадує нові слова, а хтось перекручує чи неправильно вживає старі заради відчуття оригінальності, а хтось підхоплює такі слова заради того, щоб бути в моді. Наприклад, *smoker eater* і *flying coffin* означають "пожежник" та "літак" відповідно. Ці порівняння настільки нові та яскраві, що їх неможливо створити без гарної уяви, тоді як *think-machine* (мозок), *sparkler* (діамант), *pickers* (руки), *canned music* (диск з музикою) [59] є більш яскравими та виразними. Іноді сленгізми вигадують кілька людей заради цікавості, а потім їх запозичують інші, хто хоче бути в моді [41, с. 42].

У американському сленгу часто використовуються різні способи створення нових слів, але найбільш продуктивними є афіксація та суфіксація. Особливо помітною лінгвістичною особливістю є використання аббревіатур та акронімів [49, с. 95].

Отже, американський сленг є одним із аспектів американської англійської мови. Це продукт американської культури та американського

суспільства, який є своєрідним соціолектом. Серед особливостей американського сленгу можна виділити: гумористичність, лаконічність, оригінальність і виразність. Ці риси відрізняють американський сленг від інших мовних форм. Сучасний сленг є живим та різноманітним явищем у мові, що відображає культурні, соціальні та технологічні зміни у нашому суспільстві. Розуміння та класифікація сленгу мають важливе значення для лінгвістичних та культурологічних досліджень, а також для практичного застосування у перекладі та комунікації між різними культурними середовищами. Проте існують значні виклики, пов'язані з сучасним американським сленгом. Він дуже різноманітний та швидко змінюється, що ускладнює його класифікацію та збереження актуальної лексики та виразів. Завдяки інтернету та глобалізації сленг легко поширюється по всьому світу, що створює нові виклики для його класифікації та перекладу у різних мовних середовищах. Деякі сленгові вирази тісно пов'язані з конкретними соціокультурними групами та контекстами, тому розуміння цих зв'язків є важливим для точної класифікації та перекладу. Вибір підходу до перекладу сленгу може бути проблематичним через існуючі культурні та лінгвістичні відмінності.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ЗІ СЛЕНГОМ НА ОСНОВІ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ СЕРІАЛУ “ТЕОРІЯ ВЕЛИКОГО ВИБУХУ”

2.1. Особливості відтворення сленгових одиниць при аудіовізуальному перекладі. Складнощі при перекладі субтитрів.

Сучасне кіномистецтво є невід'ємною складовою культурного життя суспільства, а фільми стали не лише засобом розваги, але й потужним інструментом формування світогляду та емоційного стану людини. Відвідування кінотеатру або перегляд фільму вдома викликають широкий спектр емоцій та допомагають кожному зрозуміти себе й оточуючий світ краще. Кіноіндустрія сьогодні настільки різноманітна, що кожен може знайти щось, що відповідає його інтересам і поглядам. Фільми не лише розважають, а й зміцнюють, навчають та надихають. Вони стають вікном у світ інших культур, спонукаючи задуматися над різноманіттям людських долей та життєвих ситуацій. Крім того, кіномистецтво вміє передавати почуття, емоції та настрої, збагачуючи внутрішній світ глядача й викликаючи у нього реакції від захоплення до поглибленого роздуму. Таким чином, кіно не лише розважає, а й формує, зміцнює та збагачує нашу свідомість, допомагаючи кожному з нас краще розуміти себе та навколишній світ.

Фільми є важливим засобом для відтворення культурного й соціального оточення персонажів, адже через кінотекст, що об'єднує лінгвістичні (репліки, титри, пісні) та нелінгвістичні (образи, рухи, інтер'єр, пейзаж, спецефекти, реквізит) засоби, можна висвітлити їхнє середовище та характер. Для кіноматографічних доробків притаманна особлива мова, що

містить у собі разом із власне текстовим повідомленням ще й візуальну та звукову складову, емоційно-експресивні та соціокультурні аспекти. Кінодискурс відіграє важливу роль у лінгвістиці, як аудіовізуальний вид дискурсу. Відмінність його полягає у тому, що шлях інтерпретатора від тексту до мови в ньому прямий, у протизагадо до природного живого спілкування, де цей процес зворотній. Для полегшення сприйняття кінодискурсу використовується різноманітна лексика, така як жаргонізми, сленгізми, професіоналізми, неологізми та інші. Ці мовні засоби допомагають краще передати атмосферу фільму та реалістично відобразити культурний та соціальний контекст персонажів.

Розмірковуючи про особливості кінотексту, на які необхідно зважати під час передачі тексту з однієї мови на іншу, можна виокремити вербальні та невербальні елементи кінотексту. До вербальних належать: титри (внутрішньотекстові, фінальні та ініціальні), пісні, репліки героїв, написи в інтер'єрі та реквізиті (заголовки журналів і газет, листи) та інші. До невербальних елементів кінотексту належать: природні шуми (звуки природи, шум міста тощо); технічні шуми/звукові ефекти; музика; образи, жести і рухи персонажів; пейзаж; інтер'єр і реквізит [Fois, 2012].

Грунтуючись на наявних визначеннях кіноперекладу та особливостей кінотексту можна сказати, що “аудіовізуальний переклад це міжмовна передача семантично неоднорідного тексту з урахуванням взаємопов'язаних вербальних і невербальних компонентів аудіо- та відеоряду” [16, 46 р.].

В цілому зрозуміло, що потреба в перекладі кінотекстів виникла практично відразу після появи кінематографа. Перед дослідниками і перекладачами стояло завдання в описі й теоретичному обґрунтуванні труднощів, що виникають перед перекладачами кінотексту, з огляду на те, що під час перекладу іншою мовою кінотекст має бути правильно сприйнятий іншою культурною групою - глядацькою аудиторією, яка

розмовляє мовою перекладу [Fois, 2012]. Опрацювання кінотексту іншою мовою є складним завданням, тому що треба враховувати як екстралінгвістичні, так і соціокультурні чинники для досягнення максимальної еквівалентності та оригінальності одержуваного тексту. Катаріна Райс також підтримувала таку точку зору, наголошуючи на тому, що залежність кінотексту від екстралінгвістичного-соціокультурного середовища є запорукою його правильного сприйняття реципієнтом. Під час мовного оформлення цих текстів, як у вихідній мові, так і в мові перекладу, необхідно враховувати особливості цього середовища [11, 3бр.].

У процесі перекладу кінотексту необхідно також враховувати такі особливості:

1. Обмеженість тексту за часом. Ця особливість змушує перекладача скорочувати вихідний текст, змінюючи його так, щоб його аудіоряд збігався з відеорядом. Тобто, це спосіб, за яким необхідне "губоукладення" - збіг артикуляції губ акторів із перекладацькими репліками з метою досягнення певного ступеня синхронності. Для цього виду перекладу характерні скорочення у вигляді пропусків, додавань або помилкової заміни інформації, представленої в оригіналі.

2. Відсутність можливості використання зносок, коментарів, пояснень, не передбачених сюжетом. Саме тому переклад кінотекстів часом більш наближений до "вільного" перекладу, ніж художній. Та водночас перекладачеві необхідно передати всі особливості реплік, що перекладаються, без спотворення режисерської задумки і додавання в репліки героїв власної оцінки того, що відбувається.

3. Одночасне сприйняття тексту кіноглядачем і його миттєва реакція. Переклад кінотекстів не має на меті бути буквальним, тому що, на відміну від художнього твору, у кіновитворі неможливо впродовж тривалого часу розкривати особливості того чи іншого терміна або явища, не передбачених сюжетом.

4. Пропорційний розподіл уваги між невербальними та вербальними засобами вираження. Зокрема, перекладач забезпечує так звану інтерпретацію вихідного матеріалу відповідно до вимог існування та функціонування реплік на екрані [7, 35 р.].

Використання сленгу відображає не лише специфіку життя персонажів, але й їхнє ставлення до різних аспектів дійсності, включаючи інтелектуальну і фізичну активність, спілкування та взаємини з іншими. Соціально маркована мова дозволяє зробити діалоги в фільмі більш виразними та емоційно забарвленими, передаючи відчуття та настрої персонажів. Аналіз кінотексту дозволяє розкрити глибину психологічного портрета кожного персонажа, його унікальні риси та особливості характеру, що впливають на його поведінку та взаємодію з іншими героями. Такий мовний аналіз робить фільм більш автентичним та реалістичним, забезпечуючи глибше розуміння світу, в якому живуть персонажі, для глядача.

У кінодискурсі активне використання сленгової лексики має передусім стилістичну мету. Це дозволяє надати фільму сучасного та нестандартного звучання, відходячи від кліше та стандартних виразів. Розмовна лексика допомагає передати виразність, точність та жвавість діалогів, підкреслити характери персонажів та їхні настрої. Вона створює атмосферу натурального спілкування, роблячи героїв більш доступними й реалістичними для глядача [35, с. 121].

У кінодіалозі існують певні особливості, які розрізняють його від природного спілкування. Наприклад, у кіно відсутні повторення, перепитування, накладання реплік одна на одну або зволікання, що можуть виглядати як недбала акторська гра чи недостатня режисерська робота. Проте використання жаргонізмів, просторіч, сленгізмів та інших мовних засобів у кінодіалогах допомагає створити “максимально реалістичну

атмосферу та наблизити діалоги до природного спілкування і реального світу” [35, с. 121].

Оскільки сленг у кіно часто використовується з метою стилістичного оновлення та збагачення діалогів, правильна передача його в аудіовізуальних матеріалах має значний вплив на загальне враження від кінострічки. Проте, коли з'являється невідповідність між певними культурними елементами та їхнім відтворенням у фільмі, може виникнути проблема з точністю передачі як смислового, так і емоційного навантаження. У таких випадках можна вдаватися до використання таких стилістичних прийомів, як метафора, гіпербола чи каламбур [35, с. 121].

Основною метою кіноперекладу є міжмовне перетворення або адаптація кінотексту з повноцінним збереженням особливостей оригіналу. Зокрема, під час роботи з кінотекстом перекладач має враховувати як ті вимоги, що висуваються сценарієм і відеорядом, так і особливості обраного типу перекладу. Саме тому в процесі перекладу постає проблема співвідношення адекватності та еквівалентності. Позаяк термін "адекватність" орієнтований на процес перекладу, тоді як термін "еквівалентність" має на увазі співвідношення між початковим і кінцевим текстами, що виконують суміжні комунікативні функції в різних культурних групах [11]. У цьому дослідженні проблема адекватності та еквівалентності пов'язана з обмеженнями, що накладаються як видом аудіовізуального перекладу молодіжних серіалів так і особливостями молодіжного сленгу.

Для досягнення еквівалентності та адекватності під час перекладу сленгу іншою мовою перекладачеві необхідно враховувати такі аспекти:

1. функцію, яку виконує та чи інша сленгова одиниця в тексті;
2. сферу її використання;
3. рівень значущості в мові оригінал;
4. ступінь експресії сленгової одиниці в конкретному контексті;

5. її семантичну структуру [37, с. 111].

Таким чином, адаптація сленгу під час перекладу серіалів ставить цілу низку завдань перед перекладачем - від визначення функціональних, виразних і культурних особливостей на етапі доперекладацького аналізу до врахування технічних аспектів на етапі дублювання. Саме тому для досягнення адекватності та еквівалентності перекладу перекладачеві необхідно підібрати певні способи перекладу тексту іншою мовою.

З цих характеристик можна зробити висновок, що перекладений кінотекст має бути максимально зрозумілим, інформативним, прозорим та перебувати в нерозривному зв'язку з аудіовізуальним рядом. Необхідно також врахувати культурну специфіку глядача - цільової аудиторії кінотексту. Потрібно розуміти, що перекладач напряду має справу з проявами мовленнєвої свідомості того чи іншого народу. Таким чином, переклад має враховувати і відмінність культур і картин світу творців фільму і глядача перекладу. Крім вищевказаних особливостей, перекладачеві необхідно враховувати й особливості обраного типу аудіовізуального перекладу.

2.2. Особливості перекладу сленгових одиниць тексту. Лексичні та граматичні трансформації при перекладі сленгізмів.

Сленгова лексика ускладнює вільну комунікацію, оскільки не всі люди вживають і розуміють її однаково. Переклад сленгу є складним та кропітким процесом, що потребує як глибоких лінгвістичних, так і екстралінгвістичних знань. Переклад сленгу на іншу мову може виявитися надзвичайно складним завданням з декількох причин: багато сленгових виразів сильно залежать від контексту, і їхнє значення може змінюватися в залежності від ситуації та співрозмовника. Це ускладнює точний переклад, оскільки необхідно враховувати контекст. Врахування культурних

особливостей, стилю життя та цінностей конкретної групи людей є ще однією складністю для перекладу сленгу. Тому перекладач повинен уважно враховувати ці аспекти та намагатися передати їх в перекладі.

Сленг часто використовується для вираження тону та емоцій, і переклад таких виразів може призвести до втрати даних аспектів, тому перекладач повинен намагатися відтворити емоційний відтінок у перекладі. При розгляді питання адекватного відтворення сленгу в аудіовізуальних матеріалах, у випадку даної роботи на прикладі серіалу, особливу увагу приділяють вибору відповідника, що має те саме значення та експресивність, що й у мові оригіналу. Визначення ступеня експресивності лексики в перекладі є складною задачею. Деякі перекладачі, зокрема І. Онушканич, занижують експресивність у перекладі на українську мову, використовуючи менш експресивні еквіваленти [39, с. 297]. Однак, коли сленгізми призначені для вираження емоцій, важливо намагатися максимально точно передати експресію, виражену не лише словами, а й за допомогою жестів та міміки персонажів.

Існує велика кількість сленгових виразів, які вже давно використовуються і можуть бути знайдені на лексикографічних ресурсах у мережі Інтернет, що постійно поповнюються. Проте навіть при цьому часто виникають труднощі з адекватним відтворенням сленгових термінів, оскільки, незважаючи на їх популярність і доступність перекладу, сленг постійно змінюється, що ускладнює його реєстрацію та використання. Деякі сленгові вирази швидко виходять з ужитку, і словники не завжди встигають за цими змінами. Тому основна складність у роботі зі сленгом полягає у пошуку сучасних еквівалентів і врахуванні динаміки мовних змін [19, с. 36]. І, нарешті, оскільки англійська та українська мови мають різні мовні структури та граматичні правила, деякі сленгові вирази буквально складно адаптувати до українського контексту.

Згідно з С.Б. Флекснером, сленгові вирази становлять близько 10% вокабуляру середньостатистичного американця, в той час як сленг в українській мові є менш розвинутим і дослідженим [9]. Це відображається у мовленні українців, особливо при пошуку відповідника для перекладу сленгових виразів з англійської мови. Внаслідок цього переклад лексики, яка не має чіткого еквіваленту в мові перекладу, може складати певні труднощі, але їх можна нівелювати за допомогою відповідних засобів перекладу сленгу.

За словами І. Онушканича, переклад сленгових виразів в основному здійснюється шляхом використання еквівалентних відповідників, стилістично нейтральних або просторічних слів [39, с. 297]. Цей підхід вважається найбільш високим рівнем збереження мовного змісту оригіналу під час перекладу. Такі лексичні одиниці відіграють ключову роль у формуванні розуміння тексту перекладачем і є основою для подальшого перекладу. Наприклад:

hit the books – вчитися;

buzz – піднятий настрій;

top-notch – відмінний;

freak out – виходити з себе;

cram – зубрити;

hang out – тусуватися;

fam, bruh – братан [59].

Еквівалентні відповідники відіграють важливу роль у процесі перекладу. Ці слова або вирази є основними перекладацькими одиницями, які перш за все фіксуються у свідомості перекладача. Вони є базою для виконання перекладу, і саме на них зосереджується увага перекладача на початковому етапі, визначаючи подальші кроки перекладацького процесу.

У випадках, коли оригінальний текст містить сленгові вирази, які не мають прямих еквівалентів в мові перекладу, перекладач зазвичай

намагається знайти стилістично нейтральні варіанти, які передадуть загальний зміст сленгової одиниці [39]. Цей підхід часто відомий як стилістична компенсація, яка зберігає контекст і значення, як у оригіналі.

Наприклад:

gig - *виступ*;

couch potato - *ледащо*;

wallflower - *непомітний, невидимка*;

blow someone's top - *розсердити когось*;

lit - *захоплюючий, неймовірний* [59].

Якщо перекладач не здатний підібрати нейтральний варіант або еквівалент у мові перекладу, то єдиним вірним варіантом є скористатися перекладацькими трансформаціями. Згідно з К. Шерметом, найкращим підходом до перекладу сленгізмів є використання функціональних аналогів або варіативних відповідностей, якщо вони існують у мові перекладу. У разі їх відсутності можна скористатися описовим перекладом або застосувати різні перекладацькі трансформації, дотримуючись при цьому норм мови перекладу [49, с. 94].

Перекладацькі трансформації - це зміни, які відбуваються між мовами з метою досягнення еквівалентності між оригінальним та перекладеним текстами. Ці зміни можуть включати відступи від структури та семантики оригіналу. Існують різні класифікації перекладацьких трансформацій. При перекладі сленгової лексики перекладач часто вдається до різних видів трансформацій, і одним з найефективніших є використання варіантних відповідників. Під час перекладу сленгової лексики перекладачі часто стикаються з варіантами перекладу, де одній лексемі мови-джерела може відповідати кілька можливих відтворень. Вибір конкретного перекладу залежить від контексту та його специфіки [30, с. 107]. Майстерність перекладача проявляється в здатності знайти низку альтернатив та обрати

той варіант, який найкраще відображає зміст за конкретних обставин. Наведемо приклади даних лексем:

broke - бідний, убогий, голодраний, бомж;

dope - блискучий, захоплюючий, незрівнянний, суперовий;

vibe - затишний, ламповий, чоловічий [59].

У такому випадку перекладач має покладися на свою професійність та має бачити повну картину, тобто відштовхуватися від контексту та використовувати фонові знання.

При перекладі сленгу однією з характерних особливостей є застосування методу генералізації. Це означає, що лексема або вираз з оригінальної мови, який має обмежене або специфічне значення, перетворюється на лексему чи вираз у мові перекладу з більш широким семантичним спектром. У лексичному аспекті це може бути заміна часткового поняття загальним, а видового – родовим [39, с. 298]. Такий підхід дозволяє точніше передати смисловий контекст оригіналу та забезпечити більше розкриття контексту та ідіоматичності сленгових виразів у перекладі. Наприклад:

crib – хата – житло;

racks – тисячі – гроші;

threads – ганчірки – одяг;

dust – марихуана – наркотики;

chow – їдло, баланда – їжа [29].

Ще одним важливим методом перекладу сленгізмів є описовий метод, також відомий як експлікація. Він передбачає надання детального пояснення та контексту для сленгового виразу, що особливо корисно у тих випадках, коли в цільовій мові немає прямого еквіваленту або коли аудиторія не має знань про оригінальний сленг [39, с. 298]. Часто перекладачам доводиться пояснювати значення слів, оскільки у мові оригіналу є значний шар лексики, що ґрунтується на конкретних реаліях,

для яких в мові перекладу відсутній точний еквівалент. Це призводить до використання описового перекладу для передачі значення таких слів. Прикладами цього методу перекладу є такі вирази:

foodie - людина, яка має пристрасть до їжі та гастрономії;

social butterfly - людина, яка завжди оточена людьми та легко знаходить спільну мову з кожним;

hookup - людина протилежної статі з якою можна познайомитися;

tech-savvy - людина, яка має глибокі знання та розуміння в галузі технологій;

zerology - це курс, що складається з пусого матеріалу або лекцій, які можна не відвідувати, оскільки вони не містять корисної або значущої інформації.

green thumb - людина, яка вміє добре доглядати за рослинами та має хист до садівництва [58].

Переклад описовим методом має свої обмеження, зокрема він є доволі громіздким та багатослівним, тому використовується лише тоді, коли можна обійтися коротким поясненням [30, с. 17]. У випадках перекладу сленгу іноді бажано вдаватися до інших прийомів, щоб сприяти кращому розумінню для аудиторії.

Щодо описового перекладу, можна спостерігати також тенденцію до перекладу англійських слів, які мають свій український еквівалент, засобами транскодування. Це означає, що перекладач усвідомлено обирає не використовувати український варіант лексичної одиниці оригіналу, щоб зберегти певне "західне" відчуття перекладу. Ця тенденція може бути пов'язана з міжнародним статусом англійської мови в сучасному світі [49, с. 94].

У перекладі сленгу іноді застосовується метод калькування, що полягає у відтворенні структурних та семантичних аспектів англійської мови за допомогою слів української мови. Це може бути частковим або

повним перенесенням стилістичного забарвлення оригіналу, але це є не найкращим засобом для перекладу сленгу, адже такий підхід може бути незрозумілим для глядача і рекомендується використовувати лише тоді, коли адресат перекладу повністю усвідомлює значення сленгу, а переклад не може бути в цьому повністю впевненим [49, с. 95]. У протилежному випадку можуть знадобитися додаткові пояснення, тобто використання описового методу. Наприклад:

break the ice - “розтопити лід”, даний сленгізм означає: ініціювати розмову або взаємодію в соціальному середовищі, особливо з незнайомими людьми, щоб зняти напругу або незручність та може бути перекладений який “зробити перший крок”;

bullying - булінг, може бути перекладений як цькування;

flex - флексити, може бути перекладений як виставляти на показ;

try hard - трай хардити, може бути перекладений як сильно старатися [57].

Інший метод перекладу сленгу - це буквальный переклад, який передбачає відтворення буквеного або фонематичного складу оригінальних виразів. Цей метод особливо ефективний для власних назв, географічних назв, імен та реалій, які відображаються на фонетичному та лексичному рівнях [40, с. 191]. До буквального перекладу входять такі підходи: транслітерування, яке передбачає відтворення буквеного складу оригіналу з використанням літер цільової мови, що зберігають фонетичну структуру слова або виразу. Наприклад: *pickup truck* - пікап (легковий автомобіль з відкритим кузовом і здатністю перевозити вантажі у задній частині); транскрибування, при якому акцент робиться на збереженні фонематичної структури оригіналу, зокрема на звуках та їх послідовності, що дозволяє зберегти оригінальне звучання виразу. Наприклад:

cringe - крінж;

bestie - бесті;

fail - *фейл* [53].

Важливо також зазначати, що протягом останніх 10-15 років українська мова значно збагатилася англіцизмами. Це пояснюється різними факторами, такими як політичні, культурні та соціально-економічні зміни і на пряму впливає на повсякденний вокабуляр та, відповідно, на рішення перекладача під час перекладу. Поява рекламних матеріалів та фільмів іноземного виробництва, імпортованих товарів з англійськими написами на яскравих етикетках, а також збільшення використання сучасних комп'ютерних технологій сприяли цьому процесу запозичення лексичних одиниць, переважно з англійської мови [19, с. 135].

Українська мова, яка має велику кількість префіксів, суфіксів та закінчень, ідеально підходить для словесних адаптацій. Деякі англійські сленгізми в українській мові зберігають свій морфемний склад без змін [18].
Наприклад:

community – "ком'юніті";

friend – "френд";

girl – "гьорл";

tilt - "тільт" [26, с. 157].

Інші слова пройшли деякі морфологічні зміни відповідно до норм української мови. Наприклад:

shoes – "шузи";

pants – "пентси";

people – "піпли" [26, 158].

Деякі англійські слова, пов'язані з нейтральною лексикою, набули відповідного соціального маркування та стилістичного забарвлення, розумілого тільки носіям відповідного сленгу. Наприклад:

vibe (флюїди) – "вайбовий" (атмосферний, заспокійливий);

drink (пити) – "дрінкати" (напиватися);

baby (немовля) – "бейба" (гарна дівчина, подруга);

boy (хлопець) – "бой" (грубе або фамільярне звертання до хлопця чи чоловіка).

Таким чином, на основі аналізу способів перекладу сленгізмів була виявлена певна закономірність. Можна дійти висновку, що основним засобом перекладу сленгізмів є еквівалентний переклад або відповідник мови перекладу. Всі інші лексеми перекладають за допомогою таких перекладацьких трансформацій як калькування, генералізація, описовий переклад та інші. При перекладі молодіжної сленгової лексики необхідно дотримуватися двох стратегій : шукати подібні українські лексичні одиниці з приблизно однаковою виразністю, тобто використовувати еквівалентний переклад/нейтральний відповідник, або пояснювати його значення, тобто використовувати описовий переклад або генералізувати. Правильний вибір засобу перетворення одиниці оригіналу в одиницю перекладу є однією з головних умов створення адекватного перекладу тексту.

2.3. Перекладацькі стратегії при перекладі молодіжного сленгу. Виокремлення основних стратегій.

Переклад сленгової лексики становить виклик для вільного спілкування, а процес перекладу є складним і трудомістким завданням, що потребує як лінгвістичних, так і позалінгвістичних знань. Перекладацькі трансформації — це зміни міжмовних структур і семантичних відповідностей, спрямовані на досягнення еквівалентності перекладу. Розрізняють кілька видів перекладацьких трансформацій. За К. Шереметом, для перекладу сленгу найефективніше використовувати функціональні аналоги або варіативні відповідності, якщо вони існують у цільовій мові. У випадку їх відсутності можна використовувати описовий переклад або різноманітні перекладацькі трансформації, зберігаючи відповідні мовні норми [49, с. 95]. Інші дослідники, такі як Онушканич, розглядають інші

методи перекладу, включаючи використання просторіччя для збереження ознак розриву з літературною мовою, контекстуальну заміну, коли обирається варіант перекладу, що відповідає лише даному контексту, а також метод генералізації, коли часткове поняття замінюється загальним, а видове – родовим [39, с. 297–299].

Під час перекладу кінофільму перекладач, іноді навіть ціла команда, стикається зі значною кількістю складних завдань. Серед них - вибір методів передачі реалій, переклад неперекладної лексики та інтертекстуальних елементів; адаптація реалій до культурних стереотипів глядача; синхронізація тексту з відео; урахування особливостей персонажів; відтворення специфічного гумору та сленгу; а також переклад власних імен та назв [31, с. 66–70].

Зважаючи на важливість адекватності перекладу сленгової лексики, це стає критичним питанням для перекладачів, особливо у випадку молодіжних фільмів та серіалів. Адекватний переклад - це той, що успішно вирішує прагматичні завдання перекладу, максимально наближаючись до досягнення цієї мети шляхом забезпечення рівної еквівалентності. При цьому він уникає порушень мовних норм і використовує жанрово-стилістичні прийоми, що відповідають текстам певного типу, відповідаючи загальноновизнаній конвенціональній формі перекладу [18, с. 200].

Для вирішення цієї проблеми важлива належна увага до комунікативної ситуації та наявність достатньої кількості фонових знань. Якщо нестандартні вирази стають загальновідомими та отримують міжнародне визнання як "модні" слова-символи, то під час перекладу їх можна передати прямою або буквальною перекладом, який не потребує додаткових пояснень, наприклад: *scanner* – сканер, *conflict* – конфлікт чи *internet* – інтернет. Звісно, в певних ситуаціях перекладачеві може знадобитися використовувати конкретні перекладацькі трансформації.

Зокрема Л. Латишев виділяє наступні причини застосування перекладацьких трансформацій:

- 1) розходження в системах мов оригіналу та перекладу;
- 2) розходження норм у мовах перекладу та оригіналу;
- 3) розбіжності узусу, чинного в середовищі носіїв мови оригіналу та перекладу [18, с. 68].

Зважаючи на велику кількість можливих варіантів перекладу, важливо, щоб перекладач міг визначити найбільш доцільний варіант у конкретній ситуації. Проте, необхідно також враховувати особливості мовного сленгу. Іноді перекладачі забувають про важливість передачі стилістичного відтінку, фокусуючись лише на лексичному значенні, що може унеможливити якісний переклад.

Наприклад, у вислові:

“*Gadzooks, I'm drunk!*” сленгізм “*gadzooks*” перекладається як «лишенько!» або «ах, чорт би його побрав!» у значенні великого здивування, але в перекладі він відповідає менш емоційно забарвленій фразі «Ого, оце я сп'янів!».

У більшості випадків переклад сленгу виконується за допомогою еквівалентних відповідників, стилістично нейтральних варіантів або просторіччя. Суть її полягає у підборі рівноцінного еквівалента сленговій одиниці як за семантичними ознаками, так і за ступенем експресивності. Вважається правильним використання еквівалентних відповідників, якщо вони доступні у мові перекладу. Ці відповідники мають важливе значення у процесі перекладу, оскільки створюють основу для точного відтворення емоційного та мовного контексту оригіналу [39, с. 298].

Наприклад, для перекладу використаного у серіалі сленгізму *knockout* для позначення красивої дівчини можна використати аналог “*кряля*” або ж додати експресивності фразою “*вона просто ульот*”. Або ж наведемо приклад перекладу виразу:

“At least now you can retrieve the black box from the twisted smoldering wreckage that was once your fantasy of dating her and analyze the data so that you don’t crash into Geek Mountain again.”

який було адаптовано студією телеканалу “НЛО TV” як:

"Ну, принаймні ти можеш дістати чорну скриньку з уламків того, що було колись твоєю фантазією про неї, і проаналізувати дані, щоб не розбитися об гору гіка наступного разу."

Оскільки, за нашими спостереженнями, під час перекладу кіномови персонажів молодіжного серіалу "Теорія великого вибуху" стратегія еквівалентної заміни домінує, то можна припустити, що молодіжний сленг значною мірою є позанаціональним, універсальним і меншою мірою етнокультурно маркованим. Як в англійській, так і в українській мовах є безліч еквівалентних сленгових одиниць, що є рівноцінними часто аж до тотожності як за семантичними ознаками, так і за коннотативними та прагматичними аспектами значення [39, с. 297].

Наступна перекладацька стратегія характеризується тим, що запропонований варіант мовою перекладу поступається оригіналу за ступенем експресивності. Вбачається, що інваріантним залишається прагматичний аспект сленгової відповідності: комунікативна функція, ідентифікаційна, характерологічна, а також присутність оцінності. Варіативними ж властивостями перекладацької відповідності сленгу в оригіналі в бік "пом'якшення" є: інтенсивність, ступінь категоричності та критичності оцінки, ефекту. Також варіант мовою перекладу меншою мірою субкультурно маркований. Іншими словами, за використання цієї стратегії репліки в перекладі не так яскраво маркують молодіжну субкультуру, ніж варіант мовою оригіналу [33, с. 26]. Застосування цієї стратегії ми можемо спостерігати в таких прикладах:

“You might not be aware, but there's a big back-to-school blowout happening tonight.”

“Ти, напевно, не чула, але ж сьогодні вечірка на честь початку навчання”.

Ще однією стратегією передачі сленгових виразів у кіномовленні персонажів аналізованого серіалу є стратегія нейтралізації. Ця перекладацька стратегія передбачає заміну сленгового виразу на нейтральний під час перекладу російською мовою. Варіантом перекладу може бути семантично еквівалентна одиниця, але, наприклад, така, що належить мовній нормі (тобто не є сленгом), що не передає ступінь експресивності оригіналу, що в результаті нейтралізує маркованість комунікативної ситуації як такої, що належить побутовому спілкуванню молоді. Нейтралізація також має місце і у випадках опущення сленгового виразу під час перекладу, навіть якщо це спричинено вимогою аудіо-відео синхронізації в кіноперекладі [33, с. 48]. Наприклад:

“I’ll pick you up at five.”

“Я зайду за тобою о п'ятій.”

або

“And perhaps opt for a more youthful vibe?”

“Можливо цього разу одягнеш щось більш стильне?”

Дослідження підтверджує відсутність універсальної моделі для перекладу сленгу, що ставить перед перекладачем складне завдання. Це завдання передбачає врахування всіх особливостей перекладу сленгу, а також специфіки аудіовізуального перекладу. Перекладачам необхідно використовувати свої знання та креативність, та чітко розуміти контекст, щоб успішно відтворити кінострічку цільовою мовою.

Отож, у процесі перекладу текстів, що включають у себе елементи сленгової лексики, перекладачі зіштовхуються зі значними викликами, які вимагають глибоких лінгвістичних та екстралінгвістичних знань. Сленг, як особлива форма мови, здебільшого прив'язаний до певних соціокультурних контекстів та груп спілкування, інколи має нелегко відтворюваний сенс або

навіть може бути незрозумілим без належного контексту. Це ставить перед перекладачем завдання адаптувати сленгові вислови до мови цільового тексту, зберігаючи при цьому їхню основну ідею та емоційне забарвлення.

Для ефективного перекладу сленгу доводиться використовувати різноманітні стратегії, такі як функціональні аналоги, описовий переклад або контекстуальну заміну, залежно від конкретної комунікативної ситуації та особливостей мови перекладу. Це може вимагати не лише розуміння лексичного значення сленгових висловів, але і їхню соціальну та культурну значущість у контексті використання. При цьому важливо враховувати не лише буквальне значення висловів, але й їхню іронічність, гумористичність чи експресивність [13, с. 40]. Окрім цього, успішний переклад сленгової лексики передбачає належну увагу до специфіки комунікативної ситуації, у якій використовується сленг, а також до цільової аудиторії, яка буде приймати перекладений текст. Врахування цих факторів допомагає уникнути непорозумінь та забезпечити максимально точне та ефективне сприйняття перекладу.

Таким чином, переклад сленгової лексики вимагає від перекладача не лише глибокого розуміння мови, а й широкого культурного багажу та чутливості до нюансів використання мовних висловів у конкретному контексті.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ РІШЕНЬ ТА ТРАНСФОРМАЦІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ СЛЕНГУ НА ПРИКЛАДІ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ СЕРІАЛУ “ТЕОРІЯ ВЕЛИКОГО ВИБУХУ”

3.1. Аналоговий переклад та приклади використання на матеріалі серіалу “Теорія Великого Вибуху”

Аналог - це результат перекладу засобами аналогії за допомогою вибору одного з кількох можливих синонімів. Точні еквіваленти сленгових слів і виразів англійської мови зустрічаються нечасто. Аналог являє собою частково співпадаюче за значенням слово або оборот мови, який відрізняється від перекладеної сленгової одиниці за лексичним складом або стилістичним забарвленням [32, с. 152]. У результаті аналізу виявлено, що більше половини прийомів перекладу сленгу здійснено в такий спосіб. Також виявлено, що під час передачі сленгу українською мовою перекладачі часто використовували варіанти перекладу сленгу зі зниженим стилістичним забарвленням.

Український переклад ситкому "Теорія великого вибуху" демонструє, що найпродуктивнішим і найбільш уживаним методом перекладу сленгових одиниць є використання різних варіантних відповідників, або аналогів. Ці аналоги іноді можуть бути менш стилістично виразними, але вони допомагають зберегти сенс та емоційний зв'язок з оригіналом. Наприклад:

“ - It sounds wonderful.”

“- It was. Until I fell in love with a jerk!”

перекладено як:

“- Чудово.”

“- Так, було. Доки я не закохалася в одного покидька”.

Одне з визначень терміну "*jerk*" вказує на неприємну особистість, що може бути описана як "козел", "покидьок", або "сволота" [57]. Такий переклад є досить точним, особливо у контексті опису колишнього хлопця, коли емоційне навантаження необхідно підкреслити.

Також до прикладів перекладу із застосуванням відповідників можна віднести наступні фрази:

“*Ah, gravity, thou art a heartless bitch*” та “*It’s on, bitch*”

перекладені як:

“Гравітація, хоч і прекрасна, але таке стерво” і “Начувайся, паскудник”.

«*Thou*» – займенник другої особи однини, який колись був заміщений займенником другої особи множини «*you*» [60]. Цей термін асоціюється як зі стилем Шекспіра, так і з релігійними текстами, надаючи вислову урочистий відтінок. З іншого боку, «*Bitch*» – це вульгарне слово. Комічний ефект часто ґрунтується саме на цьому вислові. Можна було б використати ще більш грубе слово, що б дало точний еквівалент, проте з огляду на цензуру, перекладачі вибрали більш прийнятний варіант, який передає експресію та смислове навантаження.

У цих висловленнях використовується один і той самий жаргонізм, проте його передано різними варіаціями. У першому випадку, враховуючи, що "*bitch*" може бути розцінене як непристойне та вульгарне слово, перекладачі звернулися до більш прийнятної вжитку слова, що підкреслило комічність вислову. Однак у другому випадку довелося змінити аналог, оскільки звернення адресоване до чоловіка. Проте обидва варіанти зберегли свою точність та виразність.

При перекладі вульгарних слів, необхідно також зважати на характер персонажу, який було закладено в нього [23, с. 35]. Пенні - найбільш

неформальна з усіх персонажів, вона використовує сленг, вульгаризми, лайливі слова та різні вигуки показуючи свої емоції.

Саме тому вирази Пенні зазвичай перекладаються прямим аналогом, щоб передати увесь спектр вищезгаданих характеристик. Наприклад, репліку:

*“- Okay, look, Sheldon's a **pain in the ass**. But Dr. Fowler's really nice. So if you average them out... math...you got someone who's okay.”*

було перекладено як:

“Добре, слухай, Шелдон це ще та **скалка в дупі**. А доктор Фаулер дуже мила. Тож, якщо їх об'єднати... то теоретично... отримаємо щось середнє.”

Ще одним прикладом цього може бути фраза, яку часто у серіалі жила Пенні: *"Holy smokes!"* Цей сленговий вислів відтворює враження, здивування або навіть переляк від несподіваної події. Українською мовою даний вираз заведено перекладати таким же вигуком по типу «Чорт забирай!», «Ну і ну!», «Ось тобі й маєш!». В свою чергу, перекладачі серіалу переклали цей вислів як «Здуріти можна!», що також є доволі еквівалентним перекладом даного виразу.

У деяких випадках, дотримання еквівалентного перекладу при адаптації лайливих слів зберігає закладену до слова експресивність [23, с. 36]. Наприклад, переклад лайливого сленгу “damn”, яке використовується як вставне слово та може підкреслювати як комічність, так і напруженість ситуації. В українському перекладі, даний сленгізм має відповідник “трясця” [53]:

“Howard: Why doesn't he like the night-light?”

*“Bernadette: Jot that down, we can ask him as soon as he learns to speak. We can also find out what's so **damn** funny about birds.”*

“Говард: Чому йому не подобається нічник?”

“Бернадетта: Запиши це, ми запитаємо його, як тільки він навчиться говорити. А ще ми дізнаємося, що **трясця** такого смішного в птахах.”

У ситуації коли переклад унеможлиблюється образністю виразу, перекладачеві залишається лише знайти найточніший аналог для передачі сенсу, але навіть знайшовши його, перекладач не завжди надає йому перевагу. Візьмемо для прикладу репліку Шелдона з одинадцятого епізоду третього сезону :

*“Sheldon: I found the Grinch to be a relatable and engaging character, and I was really with him right up the point that he succumbed to social convention and returned the presents and saved Christmas. What a **buzz-kill** that was”.*

Сленгізм “*buzz-kill*”, що утворений із двох дієслів “*buzz*” (гудіти) та “*kill*” (вбивати) [53] за Кембриджським словником означає: “щось або хтось, хто псує людям відчуття радості, задоволення або насолоди” [56]. Даний сленгізм має ідіоматичний відповідник в українській мові, а саме “спіймати облизня” [54], але даний варіант є доволі обмежений у використанні та не сприяє загальному розумінню глядачем, тому перекладачі обирають більш популярний варіант “облом”, який має тотожне значення та водночас є сленговим словом:

“Я вважав Грінча захоплюючим і цікавим персонажем, і я дійсно підтримував його аж до моменту, коли він поступився суспільним нормам і повернув подарунки, врятувавши Різдво. Який же це був **облом**.”

Варто вказати, що одним із варіантів перекладу даної фрази також може бути слово “кайфолом”, що є більш експресивним, точним та сучасним, адже все частіше з'являється на просторах інтернету.

Ще одим прикладом є сленгізм “*trash-talk*”. Згідно з Кембриджським словником дане сленгове утворення означає: “говорити в образливій формі про когось, особливо про суперника у спорті” [56]. В українській мові існує

прямий відповідник - “поливати брудом” [54] до якого й звернулися перекладачі:

*“Stuart: Oh, yes. In fact, I've prepared some **trash talk** for the occasion.”*

“Звісно. До речі, я вже готовий **поливати вас брудом** з цієї нагоди.”

Або ж сленгізм “*newsflash*”, який означає: “коротка новина на радіо чи телебаченні, що містить найсвіжішу інформацію про важливу або несподівану подію” [56] та використовується у значенні: “очевидний факт, про який особа, до якої звертаються, нібито не знає” [57]. Перекладачі вирішують скористатися буквальним перекладом для наступної фрази Леонарада в другому сезоні, та досягають необхідного результату за допомогою іронії:

*“Leonard: I have just one question for you. While I am perfectly happy with the way things are between us, you said that you didn't want to go out with me because I was too smart for you. Well, **newsflash**, Lady. David Underhill is ten times smarter than me. You'd have to drive a railroad spike in his brain for me to beat him at checkers. Next to him, I am like one of those sign-language gorillas who knows how to ask for grapes. So my question is, what's up with that?”*

“У мене лише одне питання. Хоч я цілком задоволений тим як у нас складаються стосунки, але ти сказала, що не хочеш зі мною зустрічатися, бо я надто розумний для тебе. Що ж, **відкрию тобі новину**, люба. Девід Андерхіл в десять разів розумніший за мене. Тобі доведеться вбити йому в голову шпалу, щоб я зміг обіграти його в шашки. Поряд з ним я схожий на одну з тих горил, що розмовляють мовою жестів і вміють лише просити винограду. Отож, що ти на це скажеш?”

Іноді стається так, що перекладач намагається використовувати більш емоційно насичені та стилістично виразні аналоги. У таких випадках відбувається акцентування особистості та індивідуальних рис персонажа.

Цей підхід підкреслює неповторність кожної особистості та її характерність [23, с. 53]. Наведемо приклад із фрази, яку сказав колишній хлопець Пенні:

“*Get lost.*” – «Вали звідси!»

Цей вислів можна було перекласти як “забирайся” або “йди звідси”, але перекладач вирішив акцентувати не досить розвинений склад розуму персонажу, тому даний варіант перекладу влучно підкреслив рівень освіченості хлопця.

Ще одним прикладом є вислів:

“*If he understands that, you’re in trouble.*”

Загалом, його можна було б перекласти дослівно як:

“*Якщо він зрозуміє, то в тебе будуть проблеми*”.

Але перекладач обрав інший аналог:

“Якщо він зрозуміє, **тобі кранти**”.

Цей вираз здається більш емоційним в порівнянні з оригіналом.

Також варто згадати переклад фрази Леонарда:

“*Okay, for the record, what you guys are doing is really **creepy***”.

Слово “*creepy*” має значення: “страшний, моторошний, жахливий” [53] та було перекладено як:

“Так, до вашого відома, те що ви робите - це дійсно **мерзенно**.”

Це надає трохи іншого відтінку даному реченню та більше розкриває характер персонажу.

Ще одним прикладом використання експресивного еквіваленту є переклад фрази “*to take a shot*”. Щоб підкреслити неприязнь до персонажів та ситуації, перекладачі вирішили перекласти фразу:

“*Mostly she does, uh, crutch and wheelchair people, but I bet she’d be willing **to take a shot** at whatever Third World demon is running around inside of you.*”

наступним чином:

“Здебільшого вона допомагає людям на милицях та в інвалідних візках, але я впевнена, що **вона не відмовиться** вправити мізки всім демонами третього світу, які ховаються у вас всередині.”

Розглянемо також переклад сленгового виразу “*to be on fire*” за допомогою аналогового відподника:

“*Leonard: Penny, you’re on fire!*”

“*Penny: Yeah, so Sheldon is.*”

“*Leonard: Here's an idea. I'm just throwing it out there, friends who have sex.*”

“*Penny: Good night, Leonard.*”

“*Leonard: Kidding. Just a couple of friends goofin 'around.*”

“*Sheldon (in his sleep): No, Goofy, no.*”

що було адаптовано на український лад як:

"Пенні, ти прямо **іскришся!**"

"Так, Шелдон також."

"У мене ідея. А як щодо дружніх відносин з привілеями?"

"На добраніч, Леонарде."

"Жартую. Просто будемо **дуркувати**, як Гуфі і команда"

"Ні, тільки не Гуфі"

Для того щоб зрозуміти суть ситуації та зрозуміти вибір перекладача, потрібно поглибитися у контекст. В серіалі, герої комфортно розташувалися на дивані, захоплені комп'ютерною грою, де перемогу має здобути команда. Щоб побороти супротивника, гравці можуть використовувати будь-який арсенал зброї. Пенні, що вперше грає в цю гру, кидає гранату прямо під ноги Шелдону. Як наслідок, Шелдон підривається на гранаті.

У даній ситуації фраза "*to be on fire*" розглядається як у прямому, так і у переносному значенні. У переносному варіанті це означає "бути в ударі" [58], і саме це розуміння має на увазі Леонард, звертаючись до Пенні. Щодо

прямого значення, "to be on fire" означає "бути охопленим вогнем, підірватися на чомусь" [57], і саме таким терміном користується Пенні у відповідь на Леонардову фразу, щоб наголосити - Шелдон дійсно охоплений вогнем.

У цьому ж епізоді ми можемо побачити безаналоговий сленгізм: "to goof around", що означає "проводити час, роблячи дурниці або граючись" [57]. Даний сленгізм є співзвучним із іменем Гуфі - персонажем мультсеріалу "Гуфі і його команда". Оскільки в українській мові не існує прямого відповідника даному вислову - переклад користується трансформацією генералізації, адже замінює сленгове значення на загальне - "дуріти". Хоча згадка про Гуфі все таки з'являється оскільки вона необхідна для наступної репліки:

*"Leonard: Kidding. Just a couple of friends **goofin 'around.**"*

"Sheldon (in his sleep): No, Goofy, no."

"Жартую. Просто будемо **дуркувати**, як Гуфі і команда"

"Ні, тільки не Гуфі".

Ласкаві звернення теж можна визначити сленговими, оскільки в літературній мові вони не завжди вживаються. Наприклад:

*"Penny: Oh, sorry, **honey.** I don't know it."*

було адаптовано в перекладі від студії "1+1" як:

"Пенні: Ой, вибач, **сонечко**, та я її не знаю."

В онлайн-словнику американського сленгу одне зі значень цього слова "a term of endearment for a loved one" [58]. Пенні в цей момент звертається до Шелдона, який захворів і поводить себе як дитина, тому перекладачі обрали цей переклад, бо "сонечко" - це, як правило, звернення до дітей.

В свою чергу, студія телеканалу "HLO TV" переклали цю фразу як:

"Пенні: Вибач, **милий**, але я не знаю цієї пісні."

"Милий" - один із варіантів перекладу слова "honey", але воно не зовсім відображає те, що героїня вкладає в ці слова [53].

Наведемо приклад ще одного використання перекладу аналогом для ласкавого звернення:

"Penni is sweet but she is gossiping about us in the back".

що було перекладено як:

"Вона дуже **мила**, але вона за спиною пліткує про нас."

Слово "*sweet*", що в переносному значенні використовується як "людина, що вирізняється м'яким добрим гумором або доброзичливістю", у перекладі було адаптовано аналогом "мила" [53].

Отож, переклад сленгу функціональним аналогом є продуктивним методом перекладу, який дозволяє зберегти автентичність та експресивність мовлення, при цьому забезпечуючи зрозумілість та прийнятність для цільової аудиторії. Використання функціональних аналогів дозволяє перекладачам передати не лише лексичне значення сленгових висловлювань, але й їхній емоційний відтінок.

3.2. Лексичні трансформації, їх особливості та приклади використання на матеріалі серіалу "Теорія Великого Вибуху"

Лексичні трансформації - це відхилення під час перекладу від словникових відповідностей, що полягає в заміні окремих лексичних одиниць вихідної мови на лексичні одиниці мови, що перекладається, які не є їхніми еквівалентами [32]. До даного типу трансформацій можна віднести: транслітерацію, перекладацьке транскрибування, калькування, модуляцію, конкретизацію, генералізацію та ін. [30, с. 135].

Говорячи про стиль діалогів у серіалі "Теорія великого вибуху", дуже важливо підкреслити велику кількість стильових маркерів (термінологія,

сленг, метафори, ідіоми, фразеологізми та власні назви) у діалогах. Таким чином, необхідність окремої уваги до засобів її відтворення очевидна.

Сленг, як і інші види нелітературної мови, є складовою лексикосемантичної системи. Сленгова лексика, для якої характерна нормативна зниженість та більша експресивність, відображає асоціативно-образне уявлення молоді та містить одиниці з аксіологічним компонентом для позначення понять і явищ життя, вульгаризми, професійний жаргон [43, с. 6].

Серіал «Теорія великого вибуху» насичений різною лексикою, а його персонажі характеризуються використанням притаманного лише їм мовлення. Так, один із головних героїв ситкому Леонардо Говстедер трохи невпевнений у собі та уїдливій. У його мовленні багато сарказму:

“For God’s sake, Sheldon, do I have to hold up a sarcasm sign every time I open my mouth?”

«Заради Бога, Шелдоне, мені що, показувати табличку “сарказм” щоразу, коли я щось кажу?»

Говард Воловіц – інженер, поліглот та жіночий підлабузник, однак він часто промовляє обурливі й часто сексистські репліки в присутності жінок. Він часто використовує фразеологізми, крилаті фрази у зміненій формі. Наприклад: *“bros before hoers”* – “братани важливіші за дівчат”.

А їхній друг Раджеш Кутрапалі, попри свій індійський акцент, досить часто використовує американський сленг і слово *“dude”* – “чувак”. Наприклад:

“Don’t flatter yourself, Dude.”

– «Не тіш себе, чуваче».

Пенні як головна героїня серіалу - товариська дівчина, але висловлюючи почуття гніву чи смутку, інші персонажі порівнюють її з персонажем коміксів Халком. Для її мовлення характерні вигуки, наприклад:

“*Holy smokes!*”

– «Здуріти можна!».

Одним із видів лексичних трансформацій, що використовуються під час перекладу англомовних ситкомів, є генералізація. Суть цього прийому полягає в тому, що вираз, який використовується в перекладі, має ширше значення, ніж в оригіналі [30]. Один із головних героїв, який усіх дратує своєю зарозумілістю, вирішує вивчити китайську мову:

“*Howard: You know, I’m really glad you decided to learn Mandarin.*”

“*Sheldon: Why?*”

“*Howard: Once you’re fluent, you’ll have a billion more people to annoy instead of me.*”

що було перекладено українською як:

«Говард: Ти знаєш, я радий, що ти взявся вчити китайську».

«Шелдон: Чому?»

«Говард: Тому що, коли ти навчишся нею вільно говорити, буде ще один мільярд людей, яких ти зможеш дратувати».

Слово "*Mandarin*" вказує на певний діалект китайської мови (північнокитайська мова), у перекладі ж українською було обрано загальне найменування мови "китайська", а не саме мандарин, оскільки українськомовному глядачеві це поняття ближче.

Інший приклад - репліка "*she smelled like an ashtray*" у першій серії дев'ятого сезону. В українській версії серіалу це перекладено як:

«Вона пахла **сигаретами**».

Це також приклад генералізації (переклад більш широким і загальним терміном у цільовому тексті). Хоча буквальный переклад також був би зрозумілим для цільової аудиторії, для кращого розуміння та асоціації згадується саме слово “сигарета”.

Наведемо ще один приклад, а саме переклад фрази: “*Any girl will do the trick.*” Буквальний переклад даного виразу “Будь яка дівчина зробить

трюк.” зовсім не передає сенс закладений персонажем. Перекладачі ж вирішили скористатися методом генералізації та переклали даний сленговий вираз як: “**Будь-яка дівчина згодиться.**”

Або ж переклад фрази “*to take a rain check*” що має значення: “зробити щось у майбутньому, але не зараз; відкласти на потім” [56], яка була адаптована перекладачами за допомогою методу генералізації:

“*Bob was busy, so he had to take a raincheck on our Halo 2 session.*”

“Боб був дуже зайнятий, тому йому довелося відкласти нашу ігрову сесію в *Halo 2* на потім.”

Аналоговий відповідник “забити на щось” [29] не точно передає сенс оригінального сленгізму, є більш грубим варіантом та відображує негативне ставлення мовця до ситуації.

Система засобів відтворення стилю тексту в перекладі досить розгалужена. Щоб перекласти діалог з серіалу і повністю передати його стиль, перекладач повинен враховувати всі особливості функціональних стилів і застосовувати перекладацькі трансформації [31, с. 72].

Одним із типів трансформацій що зустрічається при перекладі серіалу є застосування контекстуальної заміни. Контекстуальна заміна - це нерегулярний, винятковий спосіб перекладу одиниці оригіналу, що підходить лише для певного контексту [30, с. 136]. Наведемо для прикладу фразу Говарда Воловіца яку переклали використовуючи контекстуальну заміну:

“*What do you recommend for someone who worked up a **man-sized appetite** from a morning of weight training and cardio-funk?*”

перекладач трансформував як:

«Які ваші рекомендації тим, хто нагуляв **апетит, як у вовка**, після ранкових силових і кардіо тренувань?».

При перекладі виразу *a man-sized appetite* дослівно можна зрозуміти це як апетит розміром з людину. Тому перекладач віддав перевагу

українському виразу: "апетити як у вовка", щоб краще відтворити сенс оригіналу [54].

Також можна взяти до прикладу вираз: "*As cool as a cucumber*", який при буквальному перекладі не має сенсу для глядача, адже буде означати "холодний, як огірок". Перекладачі, в свою чергу, адаптували дану фразу за допомогою виразу "спокійний, як удав", що семантично ближче та зрозуміліше для цільової аудиторії. Або ж вираз: "*I hate the way the flash makes their eyes go red*", який перекладачі адаптували за допомогою виразу "почервоніли, як буряк".

Вираз: "*We were going to throw his Kindle outside, ... and let him freeze to death*"

було інтерпретовано як:

«Ми планували викинути його "Кіндл", щоб він **відійшов в небуття від холоду**». Замість оригінального нейтрального вислову "*let him freeze to death*" перекладач використовує просторічний виріз «відійти в небуття».

Наведемо ще кілька прикладів контекстуальної заміни:

"*Wow, is that the laser? It's **bitchin'**.*"

"Вау, це лазер? **Круто**".

Або наприклад:

"*Oh, it's not so bad. You lost money, you feel shame and you got groped by a stranger. That's Vegas. **You nailed it.***"

"Все не так вже й погано. Ти витратив бабки, тобі соромно, і до тебе чіплявся незнайомиць. Це Вегас. **Тобі все вдалося.**"

Також:

"*And instead you have written a series of popular books that reduce the great concepts of science to a series of anecdotes, each one **dumbed down** to accommodate the duration of an average bowel movement.*"

"Натомість ви написали серію популярних книжок, які перетворюють великі наукові концепції на низку анекдотів, причому кожен з них

спрощений до тривалості середньостатистичного процесу випорожнення кишечника.”

Поза контекстом дані сленгізми мають бути перекладені зовсім по-іншому, саме в даних ситуаціях є доречним використання контекстуальної заміни.

Доволі часто, перекладачі звертаються до такої трансформації як конкретизація. Конкретизація - це заміна слова або словосполучення мови оригіналу з ширшим значенням словом або словосполученням мови перекладу з вузким значенням [30, с. 182].

Наведемо наступні приклади:

*“That is my **spot**. In an everchanging world it is a simple point of consistency.”*

було перекладено наступним чином:

“Це моє **місце**. У світі, що невинно змінюється, це елементарна точка стабільності.”

Або ж фразу:

*“Thank you for listening. You are a **doll**.”*

“Дякую, що вислухав! Ти дуже **милий**”.

Також фраза:

*“You can count on us, we’re **on it**.”*

“Можете на нас розраховувати, ми **все зробимо**.”

Іноді сленгові одиниці перекладаються за допомогою транслітерації, як, наприклад, *“bullying”* – “булінг” [29]. Нам вдалося знайти лише один приклад перекладу за допомогою транслітерації в серіалі:

“Stuart: Sheldon, here is the new edition of Hellboy. It's mind blowing.”

*“Sheldon: Excuse me. **Spoiler alert!**”*

“Шелдоне, ось новий випуск “Хелбой”. Він просто дах зносить!”

“Даруйте, а не можна обійтися без **спойлерів**?”

Так само рідко перекладачі вдаються до такого способу передачі сленгу, як описовий переклад. Описовий переклад або ж експлікація - це лексико-граматична трансформація, за якої лексичну одиницю вихідної мови замінюють словосполученням, що описує її значення, тобто дає більш-менш повне пояснення або визначення цього значення мовою перекладу [30, с. 120]. Наприклад:

“*Come on, you know how it is with **breakups***” було адаптовано як «Та годі тобі, ти ж знаєш, як воно **коли розриваєш стосунки**». Або також:

“*No, I’m looking for a **hookup***”

«Ні, я просто шукаю, з **ким можна поспілкуватись**».

Або ж наведемо приклад з десятого епізоду першого сезону:

“*Sheldon: No, no, no, Leonard gets nauseous unless he sits in front, and even then it’s **iffy**.*”

“Е ні! Леонарда нудить, якщо він не сидить попереду, **та й то не факт.**”

Цей метод дуже рідко застосовується, особливо у випадку цього серіалу, ймовірно через велику кількість термінів, але він може бути ефективним, коли немає жодного готового еквівалента чи аналога.

Оскільки сленг передусім використовується для досягнення стилістичних цілей, відтворення його в аудіовізуальних матеріалах суттєво впливає на загальну атмосферу фільму. Проте невідповідність окремих культурних елементів може перешкодити точному відтворенню як смислового, так і емоційного навантаження, тому приходиться користуватися різноманітними стилістичними прийомами, такими як метафора, гіпербола або каламбур, для досягнення бажаного ефекту [43, с. 49].

Для прикладу наведемо, вислів одного з персонажів серіалу:

“*Sheldon, here is the new edition of Hellboy. It’s **mind blowing***”

який переклали як:

«Шелдоне, ось новий випуск “Хелбой”. Він просто дах зносить!».

У даному контексті, вираз “*mind blowing*” було передано за допомогою метафори "зносить дах" [58].

Або ж розмова Говарда з Леонардо, яка містить метафору:

- “*Leonard, you got one on your tail.*”
- “*My tail’s prehensile. I’ll swat him off.*”

та була перекладена відповідною метафорою в українській мові:

- "Леонарде, у тебе один на хвості."
- "Мій хвіст вкритий шипами. Він там довго не протримається."

Прикладом із використанням гіперболи можна вважати слова Шелдона:

- “*I think we should be good neighbors, invite her over, make her feel welcome.*”
- “*We never invited Louie-slash-Louise over.*”
- “*And that was wrong of us, we need to widen our circle.*”
- “*I have a very wide circle. I have 212 friends on MySpace.*”

Які були перекладені як:

- "Ми ніколи не запрошували сюди Луї-Луїзу".
- "І це було неправильно з нашого боку, нам потрібно розширити наше коло".
- "У мене дуже широке коло спілкування. У мене 212 друзів на MySpace".

Леонардо явно хоче спілкуватися з новою сусідкою, але Шелдон зовсім ні. Шелдон боїться нових знайомств. Фраза "дуже велике коло спілкування" є перебільшенням, оскільки стосується кількості друзів, які є у Шелдона в *MySpace*, онлайн-соціальной мережі, в той час як у житті у Шелдона їх зовсім небагато.

Або, наприклад, вираз Шелдона:

“I’m going to miss so much the unified field theory, cold fusion, the dogapus”

“What’s a dogapus?”

Тут міститься каламбур “*dogapus*”, який в українській мові отримав відповідник “ногопес” - поєднання собаки та восьминога в одному слові.

При перекладі сленгових виразів та сленгу загалом важливим аспектом є також переклад ідіом або фразеологічних одиниць. Для досягнення максимально точного перекладу ідіоми необхідно знаходити в мові перекладу аналогічну ідіому. Українські та англійські ідіоми можуть мати схожі образні та прямі значення, а також подібний емоційний відтінок та стилістичне забарвлення [34, с. 68]. Наприклад ідіома:

“I don’t buy it”.

має відповідний переклад в українській мові - “я на це не куплюся”, “я на це не поведуся”, “я на це не клюну” [53].

Якщо ж в мові перекладу неможливо знайти точний еквівалент для ідіоми мови оригіналу, важливо звернутися до виразів, які мають схоже емоційне забарвлення або конотативне значення, але можуть мати відмінне денотативне значення. Таким чином, ми зберігаємо сенс ідіоми, пристосовуючи її до нового контексту мови перекладу [34, с. 27]. Наприклад вираз *gag me with a spoon* можна адаптувати під український варіант “краще й не придумаєш” або “що могло б бути гірше”.

Одним із прикладів у серіалі є ідіома “to eat heart out”, яка не має певного відповідника в українській мові. Цей вираз означає: “страждати від заздрощів або ревнощів” [55]. У даному випадку кіностудію скористалися одомашненням та використанням схожого виразу на позначення того ж поняття. Наприклад:

“The whole Engineering Department was eating their hearts out when Leslie took me to check out the CERN Supercollider.”

було перекладено як:

“Усі співробітники технічного відділу поривали мене очима, коли Леслі запросила мене на екскурсію до адронного коллайдера.”

У фрагменті, взятому з першої серії десятого сезону, маємо метафору "*water under the bridge*". Згідно з Кембриджським словником, ця ідіома означає "щось, що сталося в минулому і не може бути змінено зараз" [56]. В українському варіанті маємо:

"Що було, то загуло" - що є чудовою альтернатива оригінальній фразі.

Отже, лексичні трансформації це продуктивний спосіб перекладу, що є доволі доречним у ситуації, коли перекладач не може досягнути відповідного результату за допомогою еквіваленту чи аналогового перекладу. Вони дозволяють перекладачеві знаходити креативні шляхи передачі значення, використовуючи різні лексичні одиниці, синтаксичні конструкції або стилістичні прийоми. Такий підхід допомагає зберегти сенс і відтінки оригінального тексту, що є ключовим у завданні перекладу. Завдяки низці перекладацьких трансформацій цього типу, перекладач здатен обрати необхідну стратегію згідно потребам для досягнення адекватності перекладу.

3.3. Граматичні трансформації, їх особливості та приклади використання на матеріалі серіалу “Теорія Великого Вибуху”

Граматичні трансформації - це перекладацькі трансформації, за допомогою яких змінюється синтаксична структура оригіналу. Граматичні трансформації полягають у перетворенні структури речення в процесі перекладу відповідно до норм перекладеної мови. Трансформація може бути повною або частковою залежно від того, чи змінюється структура речення повністю чи частково. Зазвичай, коли замінюються головні члени речення, відбувається повна трансформація, якщо ж замінюються лише

другорядні - часткова. Крім замін членів речення, можуть замінюватися й частини мови. Найчастіше це відбувається одночасно [30, с. 184]. До лексико-граматичних трансформацій можна віднести: антонімічний переклад, додавання, опущення, заміна, перестанова, та ін.

Заміни - найпоширеніший і найрізноманітніший вид перекладацьких граматичних трансформацій. У процесі перекладу заміні можуть піддаватися практично всі граматичні одиниці - форми слів, частини мови, члени речення, типи синтаксичного зв'язку тощо [30, с. 135].

Щоб наочно зрозуміти сенс цієї трансформації, розглянемо приклад із серіалу:

“Penny: Kim, the night manager, went on maternity leave and her husband’s name is Sandy. So get this, her replacement is a woman named Sandy whose husband’s name is Kim.”

*“Sheldon: Oh, Penny it’s as if the Cheesecake Factory is **run by witches**.”*

Цю фразу було перекладено наступним чином:

«Пенні: Отже, Кім, наша менеджер, що працює в нічну зміну - пішла в декрет, а її чоловіка звати Сенді, і, уявляєте, її замінює жінка на ім'я Сенді, у якої чоловіка звати Кім».

«Шелдон: Ууу, Пенні, а кафетерію твою, мабуть, зачаровано».

Для перекладу було використано заміну при перекладі "*run by witches*", що буквально означає "той, що керується відьмами". Але щоб зберегти комічність ситуації, перекладач замінює цю фразу на "зачарована".

Розглянемо ще один із прикладів. Шелдон намагається розрахувати дату своєї смерті і згадує, що його дядька вбив борсук, і цей факт може безпосередньо повпливати на тривалість його життя, на що його друг Леонард

відповідає:

*“Leonard: I don’t think you need to worry about death by badgers being **hereditary**.”*

Переклад звучить наступним чином:

“Леонард: Не думаю, що тобі варто турбуватися про те, що смерть від лап борсука передається у спадок.”

В цьому прикладі прикметник "*hereditary*" перекладач замінив на дієслівне словосполучення "передається у спадок" для збереження природності звучання для глядача.

Також, варто згадати такий вид трансформацій як антонімічний переклад. Антонімічний переклад - це лексико-граматична трансформація, за якої заміна стверджувальної форми в оригіналі на негативну форму в перекладі або, навпаки, негативної на стверджувальну відбувається заміною лексичної одиниці вихідної мови на одиницю мови, що перекладає, з протилежним значенням [30, с. 30].

Розгляньмо наступний приклад:

*“Leonard: Really more to organize. **You're not actually dirty**, per se.”*

Фраза "*be dirty*" означає "бруднитися", "бути бруднулею", але була адаптована за допомогою антонімічного перекладу:

“Радше приберися, у тебе там досить чисто.”

Однією з перекладацьких трансформацій, що варто згадати є опущення. Прийом опущення передбачає ігнорування в процесі перекладу деяких мовних елементів, які під час перекладу іншою мовою є надлишковими з погляду їхнього смислового змісту і не несуть важливого смислового навантаження [30, с. 136]. Наведемо наступний приклад із використання опущення:

*“Sheldon: Okay, **what I'm doing here is tryna to determine when I'm 71 going to die.**”*

“Leonard: Mm – mh a lot of people are working on that research.”

У перекладі цей діалог звучить наступним чином:

«Шелдон: Тут я намагаюся розрахувати, скільки мені ще залишилося на цій тлінній землі».

«Леонард: Повір, багатьох людей цікавить ця цифра».

У вихідному реченні було використано емоційну конструкцію "*what I'm doing here is trying...*", що дослівно можна перекласти як "що я тут роблю, так це те, що намагаюся...", однак, це речення звучить надмірно і немилозвучно для глядача, тому перекладач залишив лише другу частину речення "Я намагаюся...".

Ще одним прикладом є фраза Пені з першої серії першого сезону:

"Even though I hate his lying, cheating guts, I still love him."

"Незважаючи на його брехню та зраду, я все одно люблю його..."

Даний переклад пом'якшує негативне ставлення персонажу, адже втрачається слово "ненавидіти" та замінюється на запевнення "незважаючи на".

Крім того, було здійснено ще одну заміну. В оригіналі є вираз "*a lot of people*", який у мові перекладу було замінено на "багато", оскільки слово "люди/реорле" є тут семантично зайвим. Використання прийому опущення дає змогу перекладачеві здійснювати деяке скорочення загального обсягу тексту, тобто здійснювати "компресію тексту" [31, с. 71].

Іноді зустрічаються ситуації, коли в оригіналі діалогу є ігри слів, але у перекладі вони можуть бути втрачені. Таку ситуацію можна прослідкувати, наприклад, у діалозі між Шелдоном та Раджем:

"I don't like bugs, okay? They freak me out."

"Interesting. You're afraid of insects and women. Ladybugs must render you catatonic."

У цьому перекладі гра слів "*lady*" та "*bugs*" як "*ladybugs*" зовсім не передає контекст та інтенцію оригіналу:

"Я не люблю комах. Мені від них лячно".

"Дивовижно. Тебе лякають комахи та жінки. Певно, від божих корівок в тебе взагалі панічні атаки".

Після аналізу різних методів передачі сленгу українською мовою, ми визначили, що найпоширенішим способом перекладу сленгових виразів у

цьому серіалі є підбір аналогів, оскільки цей метод становить більшу частину (понад половину) усіх застосованих методів перекладу сленгу, досліджених на основі 25 епізодів. У той же час, рідше за все використовуються описовий переклад, калькування та метод генералізації, які були виявлені при аналізі фактичного аудіовізуального матеріалу.

Висновок до третього розділу

Серіал "Теорія Великого вибуху" слугує відмінним джерелом для дослідження американського сленгу, тому що головні персонажі є молодими і живуть в сучасній Америці. Для дослідження нами були взяті дубляжі від студій "1+1" та "НЛО".

У процесі аналізу перекладу випадків вживання сленгу нами було виявлено такі перекладацькі техніки: підбір аналогів, лексичні трансформації (цілісне перетворення, смисловий розвиток, транскрибування, калькування), лексико-граматичні трансформації (описовий переклад, упущення, антонімічний переклад) і заміна образу. Це свідчить про те, що величезному різноманіттю мовних засобів висловлення, відповідає не менше розмаїття засобів, які слугують для їхньої передачі іншою мовою.

Дослідивши випадки вживання сленгу, можна дійти до висновку, що наявність шляхів перекладу з англійської мови на українську не свідчить про відсутність складнощів під час перекладу. Це пов'язано і з необхідністю адекватного передавання не лише смислового змісту, а й експресивно-стилістичного забарвлення сленгу, що своєю чергою спонукає перекладачів до пошуків оптимальних рішень цих проблем.

Згідно з результатами аналізу, у більшості випадків, спостерігалось повне перенесення сленгізмів, без втрати експресивно-стилістичного забарвлення. При цьому, найчастіше застосовувалися два методи: підбір аналогів і цілісне перетворення.

Аналіз застосованих перекладачами способів перекладу на українську мову сленгізмів і співставлення їх зі способами перекладу, описаними раніше, наочно демонструє відсутність певної універсальної моделі перекладу, що може вирішити всі труднощі, які постають перед перекладачем. У кожному конкретному випадку перед перекладачем стоїть

не завдання вибору з кількох готових варіантів рішень, а необхідність творчого пошуку виходу з мовної ситуації з найменшими втратами в плані збереження стилістики та змісту оригіналу.

Очевидно, що перекладачеві необхідно, зважаючи на обставини, прагнути сполучити ці суперечливі вимоги та досягати такого рівня "необхідного" й "достатнього", у якому і закладений успіх перекладу. Отже, у конфлікті між потребою, продиктованою оригіналом, і свободою вибору, яку забезпечують закони й можливості рідної мови, мірою свободи слугує обов'язкова близькість до оригіналу, а мірою точності - припустимість вибору найкращих, найбільш підходящих засобів української мови.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У даній роботі ми надали характеристику терміну "сленг", виявили його особливості та властивості, зокрема, ідентифікували особливості американського сленгу. Також були досліджені засоби перекладу сленгу та виявлені особливості перекладу на базі аудио-візуального матеріалу.

Водночас було проаналізовано способи перекладу сленгу в серіалі "Теорія Великого вибуху" та проведено порівняльно-зіставний аналіз оригіналу та двох варіантів українського дубляжу для виявлення стратегій перекладу сленгу. Нашим головним завданням було виявлення найпродуктивніших перекладацьких трансформацій, які залучені до процесу перекладу сленгу.

Головною функцією сленгу є додавання мові бадьорості, експресивності та образності. Крім того, сленг слугує своєрідним "ідентифікатором", що може вказувати на вікову, соціальну, культурну або професійну приналежність співрозмовника.

Існує безліч точок зору, стосовно того, як треба перекладати сленг. Та ми можемо дійти висновку, що найскладнішим і найменш вивченим у контексті теорії перекладу шаром лексики англійської мови є стилістичний пласт зниженої лексики загалом і сленг зокрема. Ми вважаємо, що це пояснюється як неоднорідністю та багатогранністю самого зниженого реєстру сленгу, так і відсутністю традиції літературного перекладу зниженої лексики в українській перекладацькій практиці.

У результаті проведеного дослідження було перелічено й детально розглянуто методи, що найчастіше використовуються, і які можна застосувати під час перекладу сленгу. Однак з огляду на різноманітність цих мовних явищ та їхні індивідуальні особливості, прийоми передачі сленгу під час перекладу можуть видозмінюватися та перетинатися один з одним.

У теоретичній частині роботи нами було перераховано наступні способи передачі сленгу: підбір аналогів, лексичні, граматичні та лексико-граматичні трансформації, заміна образу. Стосовно найчастіше вживаних прийомів перекладу - це цілісне перетворення (лексична трансформація) та підбір аналогів.

Результат дослідження показав, що під час перекладу сленгу можуть використовуватися різні засоби. Безумовно, під час вибору способу перекладу велику роль відіграє не тільки задум автора тексту, а й точка зору автора перекладу. Перекладач обирає той чи інший прийом, спираючись на свій перекладацький інстинкт, спираючись на отримані знання та накопичений у процесі роботи досвід, тому остаточне слово, незалежно від теоретичних досліджень, у більшості випадків залишається за перекладачем.

Отже, під час нашого дослідження було виявлено найпродуктивніші способи перекладу сленгу в серіалі: цілісне перетворення і підбір аналогів.

Матеріали випускної кваліфікаційної роботи можуть бути використані в практичній діяльності перекладачів, які спеціалізуються на аудіовізуальному перекладі. А також дані, отримані під час аналізу конкретного мовного матеріалу, роблять внесок у теорію і практику перекладу.

СПИСОК НАУКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Alexander H. The story of our language / H. Alexander. – New York : Doubleday & Company, Inc., 1962.
2. Ayto J., Simpson J. The Oxford Dictionary of Modern Slang. Oxford University Press, 2010.
3. Bowker, L. (1996). Towards a corpus-based approach to terminography. Terminology. International Journal of Theoretical and Applied Issues in Specialized Communication, 3 (1).
4. Chapman R. L. American slang. New York : Harper & Row, Publishers, Inc., 1987. xiii.
5. Dalzell T. The Concise New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional English / T. Dalzell, T. Victor. – Oxford : Routledge, 2008.
6. Dalzell T. The Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English. New York: Routledge, 2018.
7. Díaz Cintas, J. and A. Remael (2007) Audiovisual Translation: Subtitling. Manchester: St.Jerome.
8. Fasola, Jelena. “Slang and its history.” In 53rd International Scientific Conference of Daugvapils University.
https://dukonference.lv/files/proceedings_of_conf/53konf/valodnieciba_literatur_zinatne/Fasola.pdf (16 November 2019).
9. Flexner S.B. Preface // Dictionary of American Slang, 1975.
10. Hotten, John Camden. A Dictionary of Modern Slang, Cant, and Vulgar Words. — London, 1859.
11. Katharina Reiss. Translation Criticism: The Potentials and Limitations. Categories and Criteria for Translation Quality Assessment. St. Jerome Publishing Ltd, 2000.

12. Matiello, E. An Instruction to English Slang. Milano: Polimetrica. 2008. Vol 2.
13. Matkivska N. Audiovisual Translation: Conception, Types, Characters' Speech and Translation Strategies Applied // Kalbu Studijos. Studies About Languages. – 2014. – №.25.
14. Partridge E. Slang to-day and yesterday. London : Routledge & Kegan Paul, 1979. ix.
15. Peckham A. Urban dictionary: fularious street slang defined. Kansas City : Andrews McMeel Publishing, L.L.C., 2005.
16. Pérez-González, L. (2014) Audiovisual Translation: Theories, methods, issues , London & New York: Routledge
17. Андрусяк І.В. (2003) Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу.
18. Білозерська Л. П. Термінологія та переклад: навч. посібник для студ. філол. напрямку підготовки / Л. П. Білозерська, Н. В. Возненко, С. В. Радецька. Вінниця: Нова книга, 2010.
19. Бондаренко К. Співвідношення сленгової лексики української та англійської мов: лексикографічний та перекладацький аспекти //Наукові записки. Серія «Філологічні науки». 2016. №81 (4).
20. Василенко О., Особливості формування англійської комп'ютерної лексики - Актуальні питання іноземної філології, 2019.
21. Верховцова О.М. Термінологія як частина словникового запасу мови - 2017 - Київ: НАУ.
22. Д'яков А.С. та ін. Основи термінотворення: Семант. та соціолінгвіст. аспекти / Вид. дім „КМ Academia", 2000.
23. Дубовий К. В. Помилки і втрати у закадровому перекладі художнього фільму/ «Філологічні трактати». Суми, 2015. Том 7. № 3. С. 33—38.
24. Дуднік Т. В. Англомовні запозичення в українській фінансово-економічній термінології та особливості їх перекладу. Науковий вісник

- Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»: зб. наук. праць. Херсон, 2013. Вип. № 20.
25. Енциклопедія українознавства [у трьох томах] / уклад. В. Кубійовича. – К. : Ін-т укр. археографії НАН України, 1995. – Т.3
26. Заботнова М.О. (2018) Інтернет-сленг як ключовий засіб взаємодії в кіберпросторі. Відновлено з:
https://www.academia.edu/38069187/internet_s%20lang_as_key_means_of_interaction_in_cyberspace?source=swp_shar%20e
27. Калита О. Типи комічних текстів та особливості їх стилістичного аналізу. Лінгвостилістичні студії. Луцьк: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2015. Вип. 2. 54 — 61 с.
28. Костюк Т. О. Семіотичні особливості художнього тексту в перекладацькому вимірі. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ.
29. Кондратюк Т. М. Словник сучасного українського сленгу. – Харків: Фоліо, 2006.
30. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) : Підручник / І. В. Корунець. – Вінниця : Нова Книга, 2001.
31. Кузенко Г. М. Кінопереклад як особливий вид художнього перекладу (на матеріалі англійської мови) . Одеський лінгвістичний вісник. 2017. Вип. № 9. С. 70—74.
32. Лінгвістичний енциклопедичний словник. Мовознавство // Под ред. В. Н. Ярцевий. - М: Радянська енциклопедія, 1990. - 683 с.
33. Лукьянова Т. Г. Основи англо-українського кіноперекладу: навчальний посібник для студентів 4 курсу освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» денної форми навчання факультету іноземних мов. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 104 с.

34. Маковський М.М. Мовна сутність сучасного англійського сленгу / М.М. Маковський. – Вінниця: Нова книга, 2000.
35. Маслова С. Я. Способи творення одиниць розмовної лексики в англійськомовному кінодискурсі. Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис» № 8, 2020.
36. Мартос С.А. Молодіжний сленг: міф чи реальність? //Культура слова. – Вип.. 62. – К., 2003.
37. Мельник А. П. Кінопереклад як особливий тип аудіовізуального перекладу: наукові записки Національного університету «Острозька академія»
38. Мірошник С.О. Лексичний склад та типологія сленгу: мовознавчий аспект. Науковий вісник ДДПУ ім. І. Франка. Сер. Філологічні науки. 2019. № 12.
39. Онушканич І., Штогрин М. Сленг як перекладознавча категорія: поняття, етимологія, способи перекладу// Вісник Житомирського державного університету. Серія «Філологія». 2013. №3.
40. Панченко О.І. Лексико-семантична класифікація англійського молодіжного сленгу. Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Сер. Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32(71). № 2. Ч. 1.
41. Потятинник У.О. (2021) Соціолінгвістичні та прагмастилістичні аспекти функціонування сленгової лексики (на матеріалах періодики США): автореферат дисертація кандидата філологічних наук: Львів.
42. Радецька С. В., Каліщак Т. Т. Субтитрування як вид аудіовізуального перекладу. Переваги та недоліки: Наукові записки 70 Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя. Філологічні науки. 2016.
43. Руденко М. Ю. До питання про сленг у мовознавстві (50-і рр. ХІХ ст.– 40-і рр. ХХ ст.). Науковий вісник Херсонського державного університету.

- Серія : Лінгвістика : зб. наук. праць / голов. ред. В. Олексенко. Херсон : Херсонський дер. ун-т, 2018. Вип. 34.
44. Саприкін С., Чужакін А. (2011) Світ усного перекладу. Вінниця: Нова книга.
45. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля–К, 2006.
46. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг / Л.О. Ставицька. –К. : Критика, 2005.
47. Ставицька Л.О. Проблеми вивчення жаргонної лексики : Соціолінгвістичний аспект / Л.О. Ставицька // Українська мова. – 2001. – № 1.
48. Харченко О. В. Порівняння та його американські комедійні різновиди: наукові записки Національного університету «Острозька академія». 2013.
49. Шеремета К. Ю. Англomовний сленг: перекладацький аспект. Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Філологічні науки. 2016. Кн. 2.
50. Чередниченко О. І. Про мову і переклад. К.: Либідь, 2007.
51. The Bing Bang Theory – at <https://bigbangtrans.wordpress.com>: Bing bang theory transcripts. 2009. URL: <https://bigbangtrans.wordpress.com/>
52. Теорія великого вибуху// uaserial.club: Двоголосий закадровий переклад | 1+1. 2019. URL: <https://uaserial.club/the-big-bang-theory/season-1-ac>
53. Зайковскі С.А., Адамовська Л.М. Англо-український, українсько-англійський ілюстрований словник. — Тернопіль : Богдан, 2020. — 1248 с.
54. Северинюк В.М., Тематичний словник популярних українських прислів'їв та приказок з коментарями. — Вид. 3-тє, доп. і переробл. /. В.М. Северинюк. — Тернопіль: Навчальна книга — Богдан, 2014. — 176 с.

55. Ayto J., Simpson J. The Oxford Dictionary of Modern Slang. Oxford University Press, 2010.
56. Cambridge International Dictionary of English - Cambridge University Press, 2001. - 1796 p.
57. Merriam-Webster Dictionary // URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/desolate>
58. The Online Slang Dictionary (American, English, and Urban slang) // URL: <http://onlineslangdictionary.com/>
59. Urban Dictionary. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=urbandictionary>
60. Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language. - New York: Random House Value Publishing, Inc., 1996 - 2230 p.

Summary

This master's thesis focuses on translating slang from English into Ukrainian based on audio-visual material from the American television show "The Big Bang Theory".

The **object** of the study is American slang used in the source material and its equivalents in translation.

The **subject** of the study is the methods of translation that can be used to translate American slang into Ukrainian.

This study aims to identify the most successful strategies for translating slang and determine the specifics of slang.

This **goal** involves solving the following tasks:

1. to define the term "slang", to identify its features and characteristics, to define the peculiarities of American slang;
2. to identify the types of transformations and ways of translating slang;
3. identify the main problems of translating slang in cinematography;
4. to analyze the ways of translating slang in the TV series "The Big Bang Theory" and to perform a comparative analysis of the original and two dubbing versions to identify strategies for translating slang;
5. to identify the most productive translation transformations used to reproduce slang in the Ukrainian version.

Following the aim and objectives of the study, the main **research methods** used in this research are the following: descriptive method, distributional analysis method, theoretical analysis method, method of contingent sampling, and comparative analysis method.

The **relevance of the research** lies in highlighting the problem of slang translation in audiovisual translation since a high-quality translation of these units is a prerequisite for the viewer's adequate perception of the piece, forming their attitude toward the characters and the film as a whole.

At the same time, there is no definitive approach to the problem of translating slang units in different linguistic contexts. In general, this has led to the need for comprehensive multilingual slang translation research, which contributes to the improvement of language proficiency and the development of translators' language skills, the development of speech culture, and a sense of communicative feasibility of using language in various spheres of communication. This is also a rather significant component of the relevance of this research.

The **scientific significance** of the study lies in the creation of a concept of slang learning and the formation of a typology of methods to overcome difficulties and achieve consistency in the translation of American slang into Ukrainian.

The **practical significance** of the study lies in the use of the results of the thesis research in the practical activities of translators specializing in audiovisual translation. The data obtained during the analysis of specific language material contribute to the theory and practice of translation.

Structure of the work. The master's thesis consists of 88 pages of printed text, including 80 pages of the main text, and includes an introduction, three chapters, conclusions, and a list of references.

The **Introduction** explains the choice of the topic and its relevance, formulates the aim and objectives of the study, describes the object, subject, and methods of the research, and provides information on the structure of the work.

Chapter "**Theoretical Aspects of the Slang Concept and the Basis of Its Formation**" outlines the general theoretical basis for the study of the slang

phenomenon, revealing the main features of slang, the spheres of its functioning, and the basis of its formation.

Chapter "**Peculiarities of Working with Slang Based on Audiovisual Materials**" analyzes the methodology of learning slang based on audiovisual materials. The main focus is on such aspects as translation transformations when translating slang, the main features and difficulties in translating slang, and working with audiovisual materials.

Chapter "**Analysis of Translation Decisions and Transformations in Slang Translation on the Example of the Audiovisual Material of The Big Bang Theory**" is devoted to a practical consideration of the issue of translating slang in dubbing.

Taking into account the ways of translating slang identified in the theoretical section, the translation decisions in translating slang lexemes in the studied series have been characterized and the main problems faced by translators in their work have been indicated.

As a result of the study, the most commonly used methods that can be applied to slang translation were listed and analyzed in detail. However, given the diversity of these linguistic phenomena and individual features, the methods of translating slang may vary and overlap with each other.

The results of the study have shown that different means can be used when translating slang. Of course, when choosing a translation method, not only the intention of the author of the text but also the point of view of the translator plays an important role. The translator chooses a particular method based on their instinct for translation, knowledge, and experience gained in the course of work, so the final decision, regardless of theoretical research, in most cases remains with the translator.