

УДК 811.22.96:183

DOI <https://doi.org/10.32447/2663-340X-2021-9.29>

СПЕЦИФІКА ВІДТВОРЕННЯ АМЕРИКАНСЬКОГО СЛЕНГУ У ТЕКСТАХ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛЮ

Сидоренко Юлія Ігорівна

кандидат педагогічних наук,

старший викладач кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови

Чорноморського національного університету імені Петра Могили

вул. 68 Десантників, 10, Миколаїв, Україна

У статті здійснено спробу визначити особливості американського сленгу. Автор статті звертає увагу на специфіку відтворення американського сленгу у текстах публіцистичного стилю. Актуальність проблеми перекладу сленгу полягає у тому, що сленг – це явище, яке ніколи не було статичним, а тому більшість словників просто не встигають зафіксувати нову лексику, що постійно з'являється. Питання перекладу сленгу є дуже важливим у міжкультурному аспекті перекладу та дослідженнях національно-культурної специфіки мови і мовленнєвої діяльності. Переклад виступає як засіб захисту національних мов і культур, даючи імпульси для їхнього саморозвитку і водночас зберігаючи їх від надмірного іноземного впливу. Коли у перекладача є правильне уявлення про сленг та його контекстуальне використання, йому легше знайти адекватний відповідник для тої чи іншої лексичної одиниці в перекладі. У статті подано визначення сленгу, проаналізовано мету його вживання у текстах, чинники, що сприяють появі нових сленгових одиниць. Автор приділяє особливу увагу труднощам, що виникають при перекладі сленгу, та шляхам вирішення цієї проблеми. Проаналізовано підходи до класифікації моделей перекладу сленгу та засоби перекладу сленгу. Практична частина дослідження передбачала пошук найбільш поширеного способу перекладу сленгу у текстах публіцистичного стилю за допомогою методів суцільної вибірки та математичної статистики. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що при перекладі сленгу необхідно шукати аналогічний український лексичний відповідник, з подібним ступенем експресивності (еквівалентний переклад), або пояснювати значення, тобто за допомогою описового перекладу.

Ключові слова: сленг, публіцистичний стиль, мовні рівні, засоби перекладу.

Постановка проблеми в загальному вигляді та обґрунтування її актуальності. Актуальність проблеми перекладу сленгу полягає у тому, що сленг – це явище, яке ніколи не було статичним, а тому більшість словників просто не встигають зафіксувати нову лексику, що постійно з'являється. Питання перекладу сленгу є дуже важливим у дослідженні міжкультурного аспекту перекладу та для вивчення національно-культурних особливостей мовної та мовленнєвої діяльності. Переклад є засобом захисту національних мов і культур, він може не тільки сприяти їх саморозвитку, але й захищати від надмірного впливу іноземних мов. Коли у перекладача є правильне уявлення про сленг та його контекстуальне використання, він може знайти адекватний відповідник для тої чи іншої лексичної одиниці в перекладі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемою визначення сленгу займалися такі вчені, як Г. Антрушина, І. Арнольд, В. Балабін, В. Вілюман, І. Гальперін, Г. Кіттрідж, В. Комісаров, І. Корунець, Ч. Леланд, М. Маковський, Е. Партрідж, У. Потятинник, Т. Соловйова, С. Флекснер, В. Фріман, В. Хомяков та багато

інших. Серед сучасних досліджень уваги заслуговують роботи О. Бабелюк, П. Губича, О. Коляси, М. Сергієнко, К. Шеремети тощо.

Об'єктом дослідження є сленг у текстах публіцистичного стилю.

Мета статті – проаналізувати особливості перекладу сленгу у текстах публіцистичного стилю. Досягнення мети статті забезпечується завдяки виконанню наступних завдань: проаналізувати визначення поняття «сленг», особливості його використання та утворення, специфіку перекладу сленгу у текстах публіцистичного стилю, визначити найбільш поширений спосіб перекладу сленгу у текстах публіцистичного стилю.

Матеріал дослідження - статті газетних видань "New York Times", "News Chronicle", "Washington Post", "Daily Express" та інших.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сленг – жаргонні слова або вирази, розмовний варіант тієї чи іншої соціальної або професійної групи, слова, що часто розглядаються як порушення норм стандартної мови. Це дуже виразні, часто іронічні вирази, що слугують для позначення предметів, про які говорять в повсякденному житті [11].

За визначенням В. Хомякова, сленг – це «відносно стійкий для певного періоду, широко вживаний і загальнозрозумілий пласт нелітературної лексики і фразеології в середовищі живої розмовної мови, вельми неоднорідний за своїм генетичним складом і ступенем наближення до літературної мови, що має яскраво виражений емоційно-експресивний оцінний характер, що часто представляє протест-насмішку проти соціальних, етичних, естетичних, мовних та інших умовностей і авторитетів» [12].

Заслугове уваги також визначення Н. Абабілової та В. Нікішиної, які розуміють сленг як «лінгвістичне явище як шар нелітературної лексики, яка зафіксована, головним чином, у спеціальних словниках сленгу і використовується представниками різних соціальних груп з метою відокремлення від інших носіїв мови» [1].

М. Сергієнко розуміє сленг як «елементи розмовного варіанту тієї або іншої професійної або соціальної групи, які, проникаючи в літературну мову або взагалі в мову людей, що не мають прямого відношення до даної групи осіб, набувають в цих мовах особливого емоційно-експресивного забарвлення» [16].

Вживання сленгу у текстах різного стилю має наступну мету: краще передає емоції молодшого покоління, сприяє привертанню уваги слухачів та читачів, дозволяє уникнути сталих кліше, підкреслює та виділяє певні риси якогось явища, робить спілкування невимушеним.

О. Щепка у своєму дослідженні доводить, що газетна публіцистика і сленг тісно взаємопов'язані, адже саме активне вживання певної лексичної одиниці у пресі, орієнтованій на широку аудиторію, є одним із критеріїв її віднесення до сленга. В той же час цей процес є двостороннім - функціонування сленгу в газетних статтях робить його елементи загальнозживаними [14]. В свою чергу О. Клименко наголошує на тому, що саме засоби масової інформації та реклама, зокрема преса, література, кіно, телебачення є основними каналами проникнення сленгу до американського мовного стандарту та сприяють його популяризації [7].

Серед головних чинників, що сприяють утворенню нових сленгових одиниць, К. Шеремета виділяє внутрішньо-лінгвістичні закони розвитку лексичного складу мови й позамовні впливи. Серед останніх: вихід ЗМІ з-під цензури, їх ідеологічна не регламентованість, розкутість; вільний пошук журналістами нових експресивних засобів вираження на тлі стан-

дарту та кліше; із проголошенням Української державності посилення уваги авторів до питомих джерел української національної мови [13].

Порівнюючи сленг та літературну мову К. Шеремета підкреслює відмінності не тільки в плані прагматики, але і в плані їх використання. Ми поділяємо думку науковця, що передавання нестандартних мовних одиниць в українському тексті за допомогою одиниць лише літературної мови, так само як і опущення цих одиниць в перекладі, позбавляє його специфічного соціального контексту. Цікавим для перекладача є той факт, що якщо нестандартні одиниці англійської мови, утворені за допомогою лексико-семантичного варіювання, передавати одиницями українського просторіччя, які побудовані внаслідок формальних перетворень, соціальний контекст зберігається, але губляться чисельні етнічні конотації [13].

О. Клименко, аналізуючи американський сленг, підкреслює таку специфічну рису американського сленгу як тенденцію до демократизації, про цей факт свідчить «широке вживання одиниць та елементів сленгу, особливо в розмовній англійській мові США, відносна легкість переходу сленгізмів до розряду літературної лексики» [7].

Багато сучасних науковців поділяють точку зору І. Арнольд щодо труднощів, які виникають при перекладі сленгу як з іноземної мови на рідну, так і навпаки. Складнощі для перекладачів пояснюються тим фактом, що будь який сленг є надзвичайно рухомим шаром лексики, і на кілька кроків випереджає появу словників в тій чи іншій сфері. До того ж, сленг - явище швидкоплинне, його одиниці недовговічні та швидко виходять з вживання. Таким чином, найбільша складність у роботі зі сленгом – знаходження сучасних еквівалентів [2].

Перекладачам сленгу з англійської мови на українську пропонується дотримуватись двох стратегій:

- 1) пошук в українській мові еквіваленту/аналогу (зокрема при перекладі сленгу);
- 2) використання описового перекладу (більше про жаргонізми та арготизми).

Переклад за допомогою еквіваленту, на думку І. Бик, є найбільш природнім. Під еквівалентом вчений розуміє постійний рівнозначний відповідник певному слову або словосполученню в іншій мові, який в абсолютній більшості випадків не залежить від контексту. У випадках відсутності прямого еквіваленту науковець пропонує підібрати стилістично нейтральний варіант, для передачі загального значення сленгової одиниці. Застосування

аналогового перекладу передбачає здатність вибрати з декількох синонімів один, і не завжди його можна знайти у словнику. Важлива характеристика риса підбраного аналогу - схожа експресивність та емоційна забарвленість та тої, яку має слово чи фраза, що перекладається. Застосування описового перекладу передбачає відсутність еквівалентів та аналогів у мові, на яку перекладається сленг. І. Бик зазначає, що описовий переклад перекладачі обирають для сленгу, що позначає, поняття або явища, відсутні в нашому житті, відповідно вони не мають в українській мові слів для їх позначення. Серед недоліків такого перекладу - його лексична перенавантаженість [5]. Окрім вищезазначених способів для перекладу сленгових одиниць у публіцистичному стилі перекладачі використовують також трансформації, зокрема: заміна, додавання, опущення, конкретизація, генералізація, компенсація, цілісне перетворення, смисловий розвиток та антонімічний переклад [10].

На думку І. Корунця вибір засобу перекладу безпосередньо залежать від таких факторів, як структура, значення та мовний рівень сленгу. Пояснюючи необхідність вміти орієнтуватися у рівнях мовних одиниць для перекладача тим фактом, що переклад ґрунтується на їх значенні, науковець виділяє наступні мовні рівні:

- 1) Надсинтаксичний – відтворення на рівні текстів, абзаців;
- 2) Синтаксичний – відтворення на рівні словосполучень і речень;
- 3) Лексичний – відтворення на рівні слів, словосполучень, ідіоматичних висловів;
- 4) Морфологічний – відтворення на рівні морфем;
- 5) Фонетичний – відтворення на рівні звуків (всі терміни, географічні та власні назви, реалії суспільно-політичного життя відтворюються на фонетичному рівні) [8].

Структура, мовний рівень, мета перекладу визначають вибір засобу перекладу. І. Корунець розподіляє засоби перекладу на буквальный, лексемний, дослівний, підрядковий та описовий переклад [8].

Отже, для адекватного відтворення тексту оригіналу мовою перекладу потрібно ретельно підійти до вибору засобу перекладу сленгової одиниці.

В процесі виконання практичної частини дослідження було проаналізовано понад 400 прикладів вживання американського сленгу, що містяться у статтях таких газетних видань, як "New York Times", "News Chronicle", "Washington Post", "Daily Express" та інших. Було виявлено, що лексичні одиниці, перекладені відповідним перекладацьким еквівалентом в мові перекладу, становлять більшу частину лексики в представленій вибірці, а саме 326 прикладів, що складає 75,1% від загальної кількості знайдених одиниць. Наприклад: *to holler* – кричати, як недорізаний; *dopy questions* – безглузді запитання; *dumpr* – глухий закуть; *ice-cold hot licks* – примітивні імпровізації; *sockatatie* – нескладний іспит.

Другим за частотою вживання засобом перекладу, до якого вдаються перекладачі при перекладі сленгу, є експлікація або описовий переклад. Нами знайдено 82 приклади відтворення сленгу українською мовою за допомогою описового перекладу або експлікації, що становить 18,9% від загальної кількості прикладів. Як показало наше дослідження, дуже часто перекладачі змушені йти шляхом тлумачення й роз'яснення значення слова внаслідок того, що в мові оригіналу існує досить значний шар лексики, що виник на основі реалій даної країни та не має еквівалентів у мові перекладу. Прикладом такого способу перекладу виступають *Bloomingdale* – універсальний магазин Блу-

Таблиця 1

Результати кількісного аналізу засобів перекладу сленгу та жаргонізмів у текстах публіцистичного стилю

№ з/п	Засіб перекладу	Кількість сленгових одиниць	Кількість у відсотках
1.	Перекладацький еквівалент	326	75,1%
2.	Описовий переклад (експлікація)	82	18,9%
3.	Калькування	26	5%

мінгдейла; BB guns – дрібнокаліберні рушниці; twinkie – приваблива але відсутня, даремна субстанція; limanka – некоректна виборча технологія, вживана кандидатами від партії влади; grandfalloon – велика, безформна організація, яка не має своєї реальної індивідуальності, своєрідності.

Крім того, нами знайдена незначна кількість прикладів відтворення сленгу українською мовою за допомогою калькування, а саме 26 прикладів, що становить 5% від загальної кількості знайдених прикладів, тобто, як правило, сленг дуже рідко перекладається калькуванням. Для практичного підтвердження вищесказаного наведемо декілька прикладів:

doubledome – дводумець; bum a ride – спіймати авто; air head – порожня голова; bookworm – книжний черв'як; pass-fail – залік-незалік.

Узагальнені дані подані у таблиці 1.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Здійснивши практичну частину дослідження, ми можемо зробити висновок, що при перекладі сленгу у текстах публіцистичного стилю найбільш поширеним є підбір перекладацького еквіваленту, або пояснення значення за допомогою описового перекладу. Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у порівнянні особливостей відтворення сленгу у текстах різного стилю та різних варіантах англійської мови.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абабілова Н. М. Молодіжний сленг в аспекті теорії перекладу / Н. М. Абабілова, В. В. Нікішина // Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Філологічні науки. 2016. Кн. 2. С. 7-10
2. Арнольд И. В. Экспрессивные средства английского языка: сборник научных работ Ленинград. гос. ин-т им. А. И. Герцена / И. В. Арнольд. Л.: ЛТПИ, 1975. С. 123-126.
3. Бабелюк, О., Лах, Д., & Коляса, О. (2020). Сленгізми на позначення явищ COVID-19 в сучасному англомовному інтернет дискурсі. Львівський філологічний часопис, (8), 14-19.
4. Балабін В. В. Сучасний американський військовий сленг як проблема перекладу / В. В. Балабін. К. : Логос, 2002. 313 с.
5. Бик І.С. Теорія і практика перекладу / І. С. Бик. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2005. 240 с.
6. Губич, П., & Голоборода, Т. (2020). Особливості відтворення сленгу в аудіовізуальних творах українською мовою (на прикладі телевізійного серіалу «Кістки»). Львівський філологічний часопис, (8), 52-57.
7. Клименко О. Л. Сленг і американський мовний стандарт: Особливості взаємодії / О. Л. Клименко // Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки. - 2015. - № 2. - С. 246-251
8. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): Підручник. Вінниця: Нова Книга, 2001. 448 с.
9. Михальчук Н. О. Вивчення молодіжного та студентського сленгу з позицій лінгвістики тексту та дискурсу. Наукові записки Нац. університету Острозька академія. 2013. № 35. С. 223 – 226.
10. Сленг и перевод. (Slang & Translation) : учебное пособие / авторсоставитель В. И. Аликиберов. Тернополь: Навчальна книга Богдан, 2013. 72 с.
11. Сучасний тлумачний словник української мови: 65 000 слів / За заг. ред. д-ра філол. наук, проф. В.В. Дубічинського. Х.: ВД «ШКОЛА», 2006. 1008 с.
12. Хомяков В.А. Введение в изучение слэнга - основного компонента английского языка. Монография. Вологда: Областная типография, 1971. 103 с.
13. Шеремета К. Ю. Англомовний сленг: перекладацький аспект / К. Ю. Шеремета // Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Філологічні науки. 2016. Кн. 2. С. 92-95
14. Щепка О. А. Сленгова лексика у сучасній газетній публіцистиці // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019 № 41 том 1. С. 198-201
15. Asif Agha. (2015) Tropes of Slang. Signs and Society Volume 3, Number 2. Semiosis Research Center at Hankuk University of Foreign Studies
16. Sergienko, Maya, Вплив англомовного сленгу на сучасну українську мову (The Influence of the English Slang on the Modern Ukrainian Language) (December 31, 2018). Traektoriâ Nauki, Vol. 4, No. 12, pp. 4006-4010, 2018.
17. The Free Dictionary by Farlex [Електронний ресурс]. URL: <https://idioms.thefreedictionary.com/Kick+Your+Ass>

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. <https://www.nytimes.com/>
2. <https://www.thenews-chronicle.com/>
3. <https://www.washingtonpost.com/>
4. <https://usadailyexpress.com/>

REFERENCES

1. Ababilova N. M. Molodizhnyi slenkh v aspekti teorii perekladu / N. M. Ababilova, V. V. Nikishyna // Naukovi zapysky [Nizhynskoho derzhavnogo universytetu im. Mykoly Hoholia]. Filolohichni nauky. 2016. Kn. 2. S. 7-10.
2. Arnold I. V. Ekspresivnye sredstva angliyskogo yazyka: sbornik nauchnykh robot Leningrad. gos. in-t im. A. I. Gertsena / I. V. Arnold. L.: LTPI, 1975. S. 123-126.
3. Babeliuk, O., Lakh, D., & Koliasa, O. (2020). Slenhizmy na poznachennia yavnyshch COVID-19 v suchasnomu anhlomovnomu internet dyskursi. Lvivskiy filolohichniy chasopys, (8), 14-19.
4. Balabin V. V. Suchasnyi amerykanskyi viiskovy slenkh yak problema perekladu / V. V. Balabin. K. : Lohos, 2002. 313 s.
5. Byk I.S. Teoriia i praktyka perekladu / I. S. Byk. Lviv: LNU im. I. Franka, 2005. 240 s.
6. Hubych, P., & Holoboroda, T. (2020). Osoblyvosti vidtvorennia slenhu v audiovizualnykh tvorakh ukrainskoiu movoiu (na prykladi televiziinoho serialu «Kistky»). Lvivskiy filolohichniy chasopys, (8), 52-57.
7. Klymenko O. L. Slenh i amerykanskyi movnyi standart: Osoblyvosti vzaiemodii / O. L. Klymenko // Visnyk Zaporizkoho natsionalnogo universytetu. Filolohichni nauky. - 2015. - № 2. - S. 246-251.
8. Korunets I.V. Teoriia i praktyka perekladu (aspektnyi pereklad): Pidruchnyk. Vinnytsia: Nova Knyha, 2001. 448 s.
9. Mykhalchuk N. O. Vychennia molodizhnogo ta studentskoho slenhu z pozytsii linhvistyky tekstu ta dyskursu. Naukovi zapysky Nats. universytetu Ostrozka akademiia. 2013. № 35. S. 223 – 226.
10. Sleng i perevod. (Slang & Translation) : uchebnoe posobie / avtorsostavitel V. I. Alikberov. Ternopol: Navchalna kniga Bogdan, 2013. 72 s.
11. Suchasnyi tlumachnyi slovnyk ukrainskoi movy: 65 000 sliv / Za zah. red. d-ra filol. nauk, prof. V.V. Dubichynskoho. Kh.: VD «ShKOLA», 2006. 1008 s.
12. Khomyakov V.A. Vvedenie v izuchenie slenga - osnovnogo komponenta angliyskogo yazyka. Monografiya. Vologda: Oblastnaya tipografiya, 1971. 103 s.
13. Sheremeta K. Yu. Anhlomovnyi slenkh: perekladatskyi aspekt / K. Yu. Sheremeta // Naukovi zapysky [Nizhynskoho derzhavnogo universytetu im. Mykoly Hoholia]. Filolohichni nauky. 2016. Kn. 2. S. 92-95.
14. Shchepka O. A. Slenhova leksyka u suchasni hazetni publitsystytsi // Naukovyi visnyk Mizhnarodnogo humanitarnogo universytetu. Ser.: Filolohiia. 2019 № 41 tom 1. S. 198-201.
15. Asif Agha. (2015) Tropes of Slang. Signs and Society Volume 3, Number 2. Semiosis Research Center at Hankuk University of Foreign Studies
16. Sergienko, Maya, Vplyv anhlomovnoho slenhu na suchasnu ukrainsku movu (The Influence of the English Slang on the Modern Ukrainian Language) (December 31, 2018). Traektoriâ Nauki, Vol. 4, No. 12, pp. 4006-4010, 2018.
17. The Free Dictionary by Farlex [Електронний ресурс]. URL: <https://idioms.thefreedictionary.com/Kick+Your+Ass>

SPECIFICS OF AMERICAN SLANG TRANSLATION IN JOURNALISTIC STYLE TEXTS

Sydorenko Yuliia Ihorivna

Candidate of Pedagogical Sciences,

Senior Lecturer at the Department of Theory and Practice of Translation from English

Petro Mohyla Black Sea National University

Str. 68 Troopers, 10, Mykolaiv, Ukraine

The article attempts to determine the features of American slang. The author of the article draws attention to the specifics of American slang translation in journalistic style texts. The urgency of the problem of slang translation is that slang is a phenomenon that has never been static, so most dictionaries simply do not have time to capture the new vocabulary that is constantly appearing. The issue of slang translation is very important in the intercultural aspect of translation and research of national and cultural specifics of language and speech activity. Translation serves as a means of protecting national languages and cultures, giving impetus to their self-development and at the same time protecting them from excessive foreign language influence. When a translator has a correct idea of slang and its contextual use, it is easier for him to find an adequate match for a particular lexical item in the translation. The article presents the definition of slang, analyzes the purpose of its use in texts, the factors that contribute to the emergence of new slang units. The author pays special attention to the difficulties that arise when translating slang and ways to solve this problem. Approaches to the classification of slang translation models and slang translation tools are analyzed. The practical part of the study involved finding the most common way to translate slang in journalistic style texts using continuous sampling methods and mathematical statistics. The study allows us to conclude that when translating slang it is necessary to look for a similar Ukrainian lexical equivalent, with a similar degree of expressiveness (equivalent translation), or to explain the meaning, i.e. with the help of descriptive translation.

Key words: *slang, journalistic style, language levels, means of translation.*